

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

**DISEÑO DE UN MANUAL DE PROCESOS PARA LA EMPRESA
EVENTIVO A TRAVÉS DEL ANÁLISIS Y LEVANTAMIENTO DE
INFORMACIÓN PARA EL 2015 Y SU PROPUESTA DE
IMPLEMENTACIÓN**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERÍA COMERCIAL**

JONATHAN ESTEBAN ORDÓÑEZ DUEÑAS

DIRECTOR: ING. GALO SÁNCHEZ

QUITO, FEBRERO 2015

DIRECTOR:

Ing. Galo Sánchez

INFORMANTES:

Ing. Iván Rueda

Ing. Diego Carrión

AGRADECIMIENTO

A mis padres y hermana que en todo momento me han ayudado y han estado conmigo en mi preparación para ser profesional.

A toda mi familia por todo su apoyo.

Jonathan

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN, 1

1 INTRODUCCIÓN, 3

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA EVENTIVO, 3

1.1.1 Antecedentes, 3

1.1.2 Aspectos Generales, 4

1.1.3 Filosofía Corporativa, 8

1.1.3.1 Misión, 8

1.1.3.2 Visión, 8

1.1.3.3 Valores, 8

1.1.3.4 Organigrama Estructural, 9

1.1.3.5 Organigrama Funcional, 9

2 DETERMINACIÓN DE LA CADENA DE VALOR, 14

2.1 DESCRIPCIÓN TEÓRICA, 14

2.1.1 Cadena de valor para empresas de servicios, 14

2.2 CREACIÓN DE LA PROMESA DE NEGOCIO, 28

2.2.1 Proceso de creación de la promesa, 28

2.2.2 Promesa de Eventivo, 30

2.3 SECUENCIA DE ACTIVIDADES DE NEGOCIO, 31

2.3.1 Identificación de la cadena de diseño, 34

2.3.2 Identificación de la cadena de servicio, 35

2.3.3 Identificación de la cadena de Valor añadido, 36

3 LEVANTAMIENTO DE PROCESOS, 39

3.1 FLUJOGRAMAS, 39

3.1.1 Flujograma de la cadena de Diseño, 39

3.1.2 Flujograma de la cadena de servicio, 44

3.1.3 Flujograma de la cadena de Valor Añadido, 50

3.2 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES, 68

3.2.1 Descripción de actividades de los procesos de la cadena de diseño, 69

3.2.2 Descripción de actividades de los procesos de la cadena de Servicio. 71

3.2.3 Descripción de actividades de los procesos de la cadena de Valor añadido, 73

3.3 INDICADORES, 80

3.3.1 Indicadores de los procesos de la cadena de diseño, 80

4 PROPUESTA DE MEJORAMIENTO Y ESTANDARIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE LA EMPRESA EVENTIVO, 82

4.1 IDENTIFICACIÓN DE MEJORA, 82

4.1.1 Definición de la Cadena de Valor Inicial, 82

4.2 RESUMEN DE LA CADENA MEJORADA, 83

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, 86

5.1 CONCLUSIONES, 86

5.2 RECOMENDACIONES, 87

REFERENCIAS, 89

ANEXOS, 91

Anexo 1: Manual de Procesos de la Empresa Eventivo, 92

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1:	Símbolos de procesos, 24
Cuadro N° 2:	Modelo de cinco listas de comprobación para llevar a cabo un proceso, 26
Cuadro N° 3:	Bloque operaciones (Publicidad BTL), 38
Cuadro N° 4:	Bloque operaciones (audiovisual y creativo), 38
Cuadro N° 5:	Actividades del proceso calificación de proveedores, 69
Cuadro N° 6:	Actividades del proceso definición del cronograma, 70
Cuadro N° 7:	Actividades del proceso canales de comunicación con el cliente durante el evento, 71
Cuadro N° 8:	Encuesta de satisfacción al cliente, 72
Cuadro N° 9:	Actividades del proceso diseño del evento, 73
Cuadro N° 10:	Actividades del proceso diseño de campañas BTL, 74
Cuadro N° 11:	Actividades del proceso ejecutar el evento, 75
Cuadro N° 12:	Actividades del proceso contratación de servicios específicos a proveedores, 76
Cuadro N° 13:	Actividades del proceso de contratación del personal necesario, 77
Cuadro N° 14:	Actividades del proceso de compra de materiales necesarios, 78
Cuadro N° 15:	Actividades del proceso diseño de videos corporativos, 79
Cuadro N° 16:	Matriz de Indicadores Identificados en la Cadena de Valor de la Empresa Eventivo S.A., 80

ÍNDICE DE CUADROS

Gráfico N° 1:	Organigrama Estructural, 9
Gráfico N° 2:	Cadena de Servicio, 32
Gráfico N° 3:	Garantía de la calidad, 32
Gráfico N° 4:	Bloque garantía de la calidad, 34
Gráfico N° 5:	Bloque servicio al cliente, 35
Gráfico N° 6:	Bloque diseño del evento, 36
Gráfico N° 7:	Bloque operaciones, 37
Gráfico N° 8:	Flujograma Calificación de proveedores, 40
Gráfico N° 9:	Flujograma definición de cronogramas, 42
Gráfico N° 10:	Canales de comunicación con el cliente durante el evento, 45
Gráfico N° 11:	Proceso de creación de cronograma, 48
Gráfico N° 12:	Proceso de Diseño del evento, 51
Gráfico N° 13:	Proceso de Diseño de la campaña BTL, 54
Gráfico N° 14:	Proceso ejecutar evento, 56
Gráfico N° 15:	Proceso contratación de servicios específicos a proveedores, 58
Gráfico N° 16:	Proceso contratación del personal necesario, 61
Gráfico N° 17:	Proceso compra de materiales a proveedores, 64
Gráfico N° 18:	Proceso de Diseño videos corporativos o comerciales para los clientes, 66
Gráfico N° 19:	Cadena de valor de la empresa Eventivo, 82
Gráfico N° 20:	Bloque investigación y desarrollo, 84
Gráfico N° 21:	Bloque de Investigación y desarrollo propuesto, 85

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa Eventivo S.A. se constituye en la ciudad de Quito en el año 2010, siendo uno de sus principales objetivos el crecimiento dentro del mercado de organización de eventos y servicios de publicidad BTL. El giro de negocio de Eventivo S.A. es realizar eventos corporativos y sociales para empresas públicas o privadas e inclusive a personas naturales que deseen contratar su servicio.

Actualmente la empresa no cuenta con un manual de procesos por lo que el presente estudio propone el levantamiento de toda la información necesaria para la creación e implementación de un manual de procesos dentro de la empresa. El levantamiento de esta información se realizará mediante la creación de flujogramas de los procesos existentes dentro de la empresa, para de esta manera encontrar las actividades que están generando valor al cliente, al proceso o a los dos a la vez.

La fundamentación de esta investigación es la “SAN CONCEPTO” que es la secuencia de actividades de negocio para empresas de servicios. Este concepto se basa en la identificación de tres cadenas dentro de la SAN de cada compañía, la cadena de diseño, valor añadido y de servicio. La identificación de estas tres cadenas nos permitirá el levantamiento oportuno de los procesos existentes y que ya se manejan inconscientemente en la compañía, así como también nos permitirá la implementación de nuevos procesos como es el de Investigación y Desarrollo, propuesto dentro del presente estudio.

Después del levantamiento de un manual de procesos para la empresa Eventivo S.A., se propone la implementación y correcto uso del mismo. División de funciones y la difusión de dicho manual para todos los trabajadores de la empresa.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se lleva a cabo a partir de la necesidad de la empresa Eventivo S.A. en diseñar un manual de procesos en donde figuren solo los procesos que agregan valor en los servicios prestados al cliente, así como a los internos que a pesar de que no estén dirigidos al cliente son muy importantes para que la compañía brinde sus servicios.

Se realizó el levantamiento de procesos en base a la teoría de San Concepto propuesto por Joseph Riverola, la cual recoge toda la información necesaria para levantar procesos basándose en la promesa que la compañía va a dar al cliente y dividiendo a la cadena de valor en tres subcadenas.

En la presente investigación primero se levantó dicha promesa en Eventivo para saber que en realidad desea ofrecer a sus clientes. De acuerdo a la promesa encontrada para Eventivo el primer paso fue dividir a la cadena de valor de la compañía en tres subcadenas a las que se les denomina como cadena de diseño, valor añadido y servicio, de las cuales se pudo obtener los bloques que contendrían los procesos existentes en la organización.

La forma con la cual se obtuvo esta información fue mediante la creación de flujogramas de todas las actividades en cada proceso encontrado, los cuales se documentó y se creó los respectivos procedimientos con el fin de integrar los mismos y levantar el manual propuesto en esta investigación.

Con el manual de los procesos agregadores de valor de la empresa Eventivo S.A. se analizó las actividades más importantes de cada proceso y se explicó por estas son importantes y la razón por la cual la empresa no podría dejar de lado al momento de brindar sus servicios a los clientes.

Finalmente se propuso la creación de un proceso nuevo para el bloque de diseño en el cual se contemplaría el proceso de Investigación y desarrollo, con el fin de desarrollar nuevos conceptos para eventos tomando en cuenta servicios vanguardistas los cuales mejoren todos los servicios brindados por la organización.

1 INTRODUCCIÓN

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA EVENTIVO

EVENTIVO es una agencia especializada en la organización de eventos, publicidad alternativa y promociones comerciales. La compañía mantiene un equipo de trabajo que cuenta con una amplia experiencia profesional, basada en la responsabilidad, calidad y excelencia. El trabajo de los equipos de la organización está enfocado en el cumplimiento de objetivos.

1.1.1 Antecedentes

La empresa EVENTIVO surgió con el propósito de atender, con exclusividad, todo tipo de evento empresarial o social, así como también promociones no tradicionales, ofreciendo calidad y servicio con un toque diferente y personalizado.

Prestan asesoramiento completo a clientes, dirección de tiempos, protocolo, manejo de proveedores, improvisaciones y soluciones a cualquier imprevisto en el momento, siguiendo cualquier tipo de exigencia de sus clientes, según el tipo de evento o promoción que desee realizar.

1.1.2 Aspectos Generales

La empresa EVENTIVO ofrece básicamente los siguientes servicios:

- Eventos

En la actualidad los eventos se han convertido en una herramienta indispensable de comunicación en las empresas, permitiendo un acercamiento directo con sus diferentes stakeholders ya sean internos como externos, potenciando su objetivo principal de fidelización de marca.

EVENTIVO brinda distintos tipos específicos de eventos como:

1. Celebraciones corporativas.
2. Lanzamiento de productos.
3. Ferias.
4. Convenciones.
5. Cocteles.
6. Seminarios.
7. Inauguraciones.
8. Aniversarios.

Todos estos tipos de eventos que EVENTIVO ofrece a sus clientes, cuentan con un valor agregado de servicio integral, el cual entrega un manejo, coordinación y logística de proveedores, audio y amplificación, video, iluminación de interiores como de exteriores, ambientación de

espacios, modelos AAA y AA, artistas, personal logístico, supervisores y seguridad privada. De esta manera garantiza una organización de alta calidad para el cliente y que de esta manera se pueda satisfacer la necesidad de organizar un evento privado o público.

- Promoción y publicidad BTL

La publicidad BTL, es una técnica publicitaria basada en utilizar formas de comunicación no tradicionales y no masivas dirigidas a segmentos específicos, esta actividad permite llegar a lo que el cliente desea.

La característica principal del servicio de Promoción y Publicidad BTL que brinda EVENTIVO está basada en la implementación de campañas o actividades con alta dosis de creatividad con conceptos innovadores, brindándole al cliente la oportunidad de llegar a su grupo objetivo y así obtener una retroalimentación mucho más rápida.

Este servicio también cuenta con servicios extras que se integran para lograr brindar el mejor servicio al cliente de la organización. Algunos de estos servicios complementarios son; Planificación, Sampling, Actividades de marca, Marketing de Guerrilla, Montaje y Desmontaje, Uniformes, Souvenirs Corporativos, Personal Logístico y supervisores, entre otros servicios.

- Producción Audiovisual

La producción audiovisual es importante para llegar al grupo objetivo, satisfaciendo necesidades industriales, comerciales, de entretenimiento, culturales, artísticas o políticas.

Entre los servicios de Producción audiovisual que ofrece EVENTIVO están:

1. Comerciales
2. Videos institucionales
3. Videos promocionales
4. Cuñas de radio
5. Jingles para comerciales

- Imprenta

Productos y servicios enfocados al impulso y crecimiento productivo de las actividades realizadas por nuestros clientes.

Este servicio consta de:

1. Servicios de impresión a Color y Blanco – Negro.
2. Tarjetas de presentación personalizadas.
3. Portadas y cajas para CD, CD impresos

4. Impresión de credenciales.
5. Papelería corporativa
6. Impresión en CAMVAS.
7. Estructuras Metálicas.
8. Impresión en FOAM BOARD
9. Señalética, entre otros.

EVENTIVO mantienen una relación muy importante con algunos de sus mejores clientes y más importantes como:

- Cámara de la industria y la producción
- Price Waterhouse Coopers
- Latina de Seguros
- Cobiscorp.
- El Estado Ecuatoriano.

Siendo este el cliente más importante para EVENTIVO ya que tiene contratos con instituciones como El Ministerio de Relaciones Laborales, La superintendencia de Compañías entre otras.

Basándonos en esta información, la empresa EVENTIVO dedica el 80% de todos sus servicios a eventos.

1.1.3 Filosofía Corporativa

1.1.3.1 Misión

Ofrecer un servicio integral en la organización de eventos y campañas de publicidad BTL, con un alto estándar de calidad, resaltando nuestros valores, que garantizan el éxito de nuestro trabajo en el desarrollo de cada evento, permitiendo el éxito de nuestros clientes.

1.1.3.2 Visión

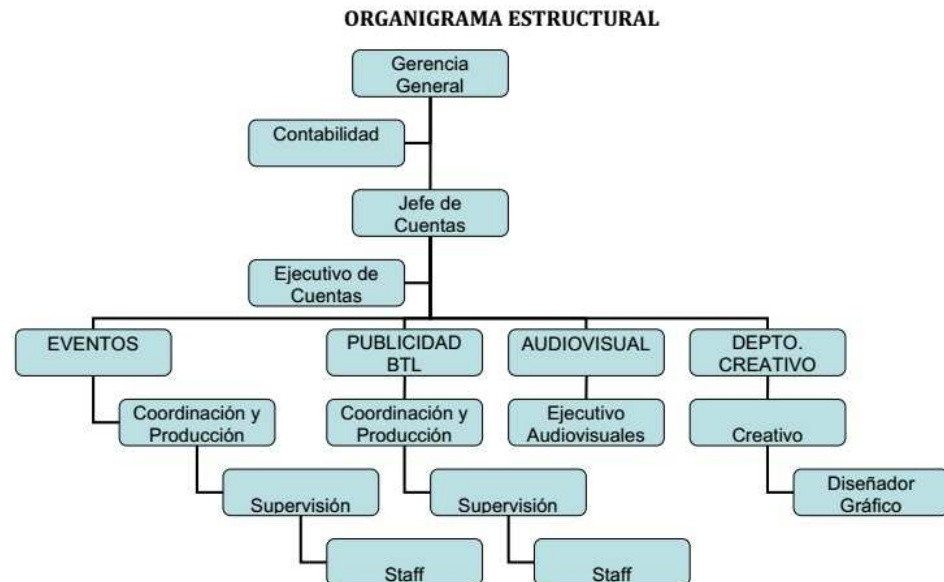
Ser en la próxima década una de las agencias de eventos y publicidad BTL más reconocidas a nivel nacional por su excelencia, calidad y profesionalismo, brindando un servicio integral.

1.1.3.3 Valores

- Calidad
- Responsabilidad
- Trabajo en equipo
- Honestidad
- Libertad

1.1.3.4 Organigrama Estructural

Gráfico N° 1: Organigrama Estructural



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Jonathan Ordóñez

1.1.3.5 Organigrama Funcional

a) Gerencia General.

- Administrar.
- Tomar decisiones.
- Planificación estratégica.
- Planificación presupuestaria.
- Liderar.
- Motivar.

b) Contabilidad.

- Planificación presupuestaria.
- Emisión de estados financieros.
- Análisis financiero de las cuentas.
- Tributación.
- Responsable de las operaciones, procedimientos y registros contables
- Asesorar en materia contable, fiscal y financiera.

c) Jefe de Cuentas.

- Reunión con clientes (cuentas).
- Negociación con clientes.
- Organiza y toma decisiones sobre cada cuenta.
- Encargado del cumplimiento del ofrecimiento al cliente.

d) Ejecutivo de Cuentas.

- Negociar con cada cliente.

- Propone el servicio.
- Armar la cotización inicial con las mejores opciones entregadas por el coordinador.
- Da la cotización inicial.
- Negocian el servicio final.
- Recalculan la cotización final.

e) Eventos.

a. Coordinación y producción.

- Cotizar todos los requerimientos de todas las cuentas.
- Permanece en el evento controlando lo que los proveedores ofrecieron.
- Reunión con proveedores.

b. Supervisión.

- Controla que el evento salga de acuerdo a lo ofrecido al cliente
- Controla personal y soluciona los inconvenientes.

c. Staff.

- Personal contratado para cada evento.
- Personal contratado eventualmente

f) Publicidad BTL

a. Coordinación y producción.

- Cotizar todos los requerimientos de todas las cuentas.
- Permanece en el evento controlando lo que los proveedores ofrecieron.
- Reunión con proveedores.

b. Supervisión.

- En publicidad BTL, toma fotos, controla modelos, implementa los instrumentos.

c. Staff.

g) Audiovisual.

a. Ejecutivo Audiovisual.

- Negocia con clientes videos institucionales, videos de registros de cada evento.

h) Departamento Creativo.

a. Creativo.

- Crea la necesidad de eventos diferentes para el cliente.
- Crea ofertas de servicio para cumplir con objetivos específicos del cliente.
- Crea el plus en el servicio.

b. Diseñador gráfico.

- Grafica los visuales de las propuestas para el cliente.

2 DETERMINACIÓN DE LA CADENA DE VALOR

2.1 DESCRIPCIÓN TEÓRICA

2.1.1 Cadena de valor para empresas de servicios

La cadena de valor parte de la idea de que la empresa debe crear valor en los productos que produce y los servicios que ofrece. El valor de un producto o servicio se mide con base en la cantidad que el comprador está dispuesto a pagar por el mismo; en otras palabras: un precio. Porter llama cadena de valor a la red de actividades de una empresa, porque la empresa pretende transformar insumos de bajo costo en productos (productos o servicios) con un precio superior a los costos de la empresa. El excedente del precio sobre los costos se llama margen. (Henry Mintzberg, 1997).

Michael Porter divide cuatro bases del funcionamiento de la organización en dos tipos de actividades: primarias y de apoyo. Las actividades primarias están en función de los insumos, procesos y productos que se mencionaron antes. Porter las identifica concretamente, como logística para el interior, operaciones, logística para el exterior, comercialización y ventas y servicios. Estas actividades son primarias porque agregan valor en forma directa, por ejemplo, en razón de un producto de mejor calidad, de costos de producción más bajos, o incluso de servicios posteriores a las ventas, induciendo a los compradores a pagar un precio superior. Las actividades de apoyo incluyen obtención, desarrollo de la tecnología, administración de recursos humanos e infraestructura de la empresa. A diferencia de las actividades primarias, las actividades de apoyo no agregan valor en forma directa, sino que refuerzan la capacidad de las actividades primarias para agregar valor. (Henry Mintzberg, 1997)

El principal objetivo de realizar la cadena de valor en una empresa, sea esta de producción o de servicios, es generar valor del producto final para satisfacer al cliente.

Uno de los procesos clave en el análisis de la cadena de valor, es entender que las empresas son algo mas que un conjunto de personas, máquinas y dinero. Los recursos tienen poco valor si no están utilizados en actividades y organizados en sistemas y procedimientos que aseguren que los bienes y servicios producidos son valorados por el usuario final. (E.Biasca, 2004).

Actividades Primarias

- **Logística para el interior y para el exterior.** Este concepto se maneja para empresas de producción y no para empresas de servicios, el objetivo es manejar una buena logística del manejo de los materiales o insumos que vayan a ser utilizados en los procesos, ósea el correcto manejo de inventarios. El objetivo es disminuir costos de inventarios teniendo menos tiempo los insumos y materiales almacenados disminuyendo el costo de almacenaje. (Henry Mintzberg, 1997)
- **Las operaciones.** Es el segmento primordial de la cadena de valor debido a que es aquí donde los productos o servicios obtienen el valor, ya que se genera la transformación del insumo en un producto o servicio. Es por este motivo que es muy importante ya que aquí es donde deberemos generar el valor agregado para el cliente. En las empresas de producción,

las operaciones se dan en las fábricas con las maquinarias, en las empresas de servicios es muy importante recalcar que las operaciones se dan exactamente en el lugar real donde se está prestando el servicio. (Henry Mintzberg, 1997)

- **Logística de egreso.** Se refiere a las actividades en las que se involucran el almacenamiento, el almacenamiento, la distribución de productos, entre otras cuando la empresa es de bienes físicos. En el caso de las empresas de servicio, se refiere al servicio brindado al cliente. (E.Biasca, 2004)
- **Marketing y ventas.** Para que la empresa consiga sus clientes, que su marca sea conocida se deben realizar actividades de promoción y ventas en las cuales se incluye la publicidad que realice la empresa. (E.Biasca, 2004)
- **Servicio.** Son las actividades que se generan luego de haber vendido un producto a un cliente y queremos generar un servicio post venta el cual se genera cuando la empresa se preocupa mucho más allá de solo haber vendido el producto o brindado el servicio. (E.Biasca, 2004)

Para que todas estas actividades consideradas primarias en la cadena de valor tanto para empresas que brindan servicios, como para empresas que generan productos para sus clientes, se necesitan actividades que generen apoyo a las anteriormente explicadas y que de esta manera se pueda generar el valor esperado para el cliente.

Estas actividades de apoyo pueden ser:

- Abastecimiento.
- Desarrollo de tecnología
- Administración de recursos humanos
- Infraestructura
- Finanzas

En muchas empresas, algunas de estas actividades no se realizan de la misma manera, por lo que la secuencia de actividades en cada empresa va a ser distinta y puede contener muchas más actividades primarias o de apoyo. (E.Biasca, 2004)

La cadena de valor es un modelo de gestión generalizado que permite manejar de mejor manera las actividades de una empresa. Una cadena de Valor elemental se basa en tres puntos principales como son: Costo, Margen, Valor. (E.Biasca, 2004)

Como conocemos las empresas de servicios tienen una manera distinta de manejar sus procesos por lo que en este trabajo de titulación se acogerá al concepto de la SAN (Secuencia de actividades de negocio).

Estas actividades en sí mismas son muy complejas debido a que en ellas se emplea cada material necesario y conocimiento por parte de los trabajadores encargados en cada área y de cada actividad para poder realizarla, estos conocimientos deben ser necesariamente específicos sobre:

1. Producto
2. Proceso
3. Gestión

Se debe realizar un nivel de agregación conveniente mediante el cual no se realice un análisis muy detallado, ya que el realizar un diagnóstico y una descripción muy minuciosos a una secuencia de actividades de una empresa puede resultar un problema y estaríamos cayendo en el esquematismo y no se lograría distinguir las características que son necesarias para que el sistema completo funcione. Es posible identificar solo seis variables de decisiones para poder definir de una manera más sencilla y adecuada.

Según Beatriz Muñoz y Josep Riverola, en su nota técnica “las Variables de Acción” Esta descripción se basa en conceptualizar cada actividad de la SAN como un entorno continuo de transformación, que consume insumos y produce servicios.

De esta manera podemos decir que cada actividad de la Secuencia de Actividades de Negocio (SAN), se piensa como un tubo mediante el cual se consigue convertir los “inputs” que ingresan por un extremo del mismo, en el “output” necesario o deseado por la empresa. Estas actividades puede ser que consigan los outputs deseados para clientes internos o externos, de acuerdo a quien vaya dirigida la actividad el objetivo es satisfacer las necesidades de los clientes.

Para poder determinar si el tubo probado es el adecuado para la actividad considerada debemos tomar en cuenta las siguientes 6 propiedades características:

1. La estructura y dimensionamiento de la capacidad.
2. La estructura de los procesos y procedimientos.
3. La estructura y composiciones de los flujos (también límites).
4. La estructura de los RRHH.
5. El sistema de resolución de conflictos.
6. El sistema de información.

Entonces cada actividad de la SAN debe ser analizada por estas seis variables y de esta manera clasificar a los problemas encontrados en cada actividad.

Especificación de las Variables

- **Procesos.-** En una empresa de servicios las maniobras que se realiza para poder realizar el servicio serán las operaciones, las que vendrían a ser igual que las transformaciones de los insumos en las empresas de producción u operativas.

En los distintos tipos de empresas una operación puede significar muchas cosas que en otras quizás no, y es de ahí de donde partiremos para decir que en una empresa de servicio, muchas actividades pueden estar consideradas como parte de la operación de la misma.

Según Beatriz Muñoz y Josep Riverola, “una operación puede depender del grado de agregación con el que se contemple el problema. Entonces una operación depende del conocimiento y del procesador que la realiza.”

Por lo tanto podemos decir que un proceso es el conjunto de operaciones que se necesita para transformar a los inputs en outputs.

- **Capacidad.-** Se refiere a la máxima velocidad con que una empresa puede realizar sus operaciones. En cuanto a empresas de servicios también se lo puede medir y básicamente es cuanto servicio puedo producir por una unidad de tiempo. En muchas empresas es muy necesario calcular y medir de manera correcta la capacidad de producción, pero esto no es tan sencillo. Entonces de esta capacidad dependen muchas de las decisiones dentro de la producción del bien o el servicio. Es por eso que se debe calcular de manera correcta la capacidad de producción de una empresa ya sea de bienes o servicios.
- **Flujos.-** En cuanto a los flujos nos referimos a todos los ítems que pasan o fluyen por todo el tubo ósea, Insumos, Recursos, información, clientes internos, clientes externos, pedidos, dinero, entre otros. Cada ítem genera stocks y tiene sus propios tiempos, pero en el sistema también debemos fijarnos en como cada uno de estos ítems se interrelacionan y comparten el sistema.
- **Recursos Humanos.-** Es uno de los principales recursos que intervienen en el proceso operacional de una empresa, y mas aun si nos referimos a

empresas que prestan servicios, esto debido a que van a ser las personas las que realicen o procesen el servicio hacia el cliente. Es por esto que es importante analizar tres características operacionales en las personas las cuales puedan afectar en el proceso de cualquier empresa.

- Su libertad.
- Su capacidad de generar conocimiento y aprender.
- Su capacidad para utilizar el conocimiento que poseen.

Estas tres características son las que pueden generar que exista una mejora continua en las organizaciones, dar competitividad a la empresa en el mercado y tomar decisiones para que se pueda satisfacer a sus clientes.

- **Sistema de Información.-** La toma de decisiones en los sistemas de las organizaciones pueden llevar al éxito completo o al fracaso del mismo. En el momento que existen muchas decisiones interrelacionadas, y debemos coordinar según la importancia es aquí donde entra la información relevante que nos ayudará a manejar de mejor manera todo el sistema operativo en la empresa.
- **Sistema de resolución de conflictos.-** En un sistema de cualquier tipo de empresa, van a existir distintos decisores los cuales deberán tomar decisiones según su responsabilidad dentro del sistema, es por esto que, cada uno tomará la decisión que mejor le parezca para resolver sus problemas esto puede funcionar. Más aun cuando esto sucede, se presenta

más problemas y puede ser necesario la intervención de otro decisor con el fin de resolver de manera que se consiga el resultado final. Es muy importante que sepamos crear y organizar las reglas de la empresa para que así mejoremos el funcionamiento de las operaciones, de modo que sepamos por que se toma cierta decisión y como debemos hacerlo.

Descripción de la situación actual

Para poder realizar una mejora en los procesos de una organización debemos saber cómo se encuentra esta, o como se encuentran los procesos de la misma. Como se interrelacionan y se manejan para tener nuestro punto de partida hacia la mejora de procesos y con esto el sistema o tubo de cada empresa.

Para esto debemos iniciar por identificar todos los procesos individuales del sistema de la empresa y descomponerlos a cada uno en sus unidades principales, ósea en sus operaciones.

Una de las principales y mejores maneras de dividir a los procesos en sus operaciones es de la manera gráfica, realizando diagramas de cada proceso.

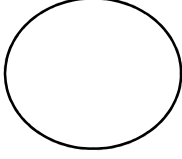
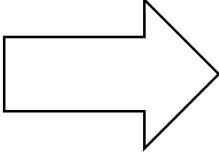

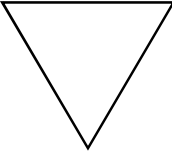
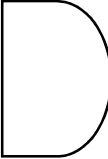
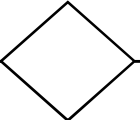
La técnica que se utilizará en este caso, será una muy sencilla de realizar y con resultados realmente excelentes. Esta técnica es la de secuencia de etapas de un procesos, la cual se debe realizar utilizando cinco categorías para clasificar todas las actividades del mismo.

Estas cinco categorías son:

- **Operaciones.-** Las actividades o maniobras que transforman los productos o servicios utilizados para obtener el servicio final.
- **Transportes.-** Actividades de movimiento físico de elementos usados o producidos en cada proceso, desde un lugar de origen hacia uno de destino.
- **Inspección.-** Actividad para examinar las operaciones del proceso y saber si están realizándose de la manera indicada, estas inspecciones no generan un cambio o modificación al elemento procesado.
- **Almacenamiento.-** Se refiere a las demoras planificadas para un objetivo técnico o económico.
- **Demora.-** Cualquier retraso secundario que no se planifico en el proceso, pero que puede darse por varias circunstancias.

En la siguiente figura, representaremos los símbolos que se utiliza para cada categoría explicada anteriormente. Y adicionalmente se explicara una de las figuras fuera de esta categoría que muchos utilizan para indicar que existen acciones en donde el o los encargados de cada proceso deberán tomar decisiones que lleven a distintos caminos.

Cuadro N° 1: Símbolos de procesos

	OPERACIONES
	TRANSPORTE
	INSPECCIÓN
	ALMACENAMIENTO
	DEMORA
NO ←  → SI	DECISIÓN

Fuente: “Las variables de acción” IESE Universidad de Navarra

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

Realizar con esta técnica un diagramado de cada proceso, consiste en identificar cada actividad u operaciones de cada proceso para luego poder en base de una lista de las mismas describir de que se trata cada actividad en orden cronológico y secuencial, que tipo de las anteriormente explicadas son, para su posterior crítica. (Riverola)

Cuestionado del proceso

Existen muchas maneras de poder cuestionar el proceso inicial analizado en cada organización, algunos deciden contemplar el mismo desde distintos puntos de vista y de esta manera intentar comprender como se realiza cada proceso, para luego en base a la intuición del analista realizar cambios de mejora. Esto puede ser muy útil y ahorraría mucho tiempo, pero siempre y cuando la persona que analiza el proceso tenga la suficiente experiencia y conocimiento de procesos semejantes lo que le proporcione la suficiente capacidad de tomar decisiones de cambios en el mismo. (Riverola)

En otros casos existen métodos para analizar este proceso de mejor manera, y uno de esos el cual utilizaremos en esta investigación es el de las cinco preguntas o (WWWWH).

Este método se deriva de las iniciales en inglés de cada pregunta; “Why?, ¿Por qué?”, “Where?, ¿Dónde?”, “When?, ¿Cuándo?”, “Who?, ¿Quién?”, “How?, ¿Cómo?”.

Entonces el analista deberá someter a cada operación de los distintos procesos a cada una de las preguntas, en el caso de la primera pregunta, algunos sugieren que esta sea repetitiva para llegar a profundizar la respuesta. (Riverola)

Cuadro N° 2: Modelo de cinco listas de comprobación para llevar a cabo un proceso

Por que (Why)	1.- ¿Qué hace? 2.- ¿Por qué se hace? 3.- ¿Es necesario? 4.-¿Podría ser eliminado? 5.-¿Podría ser reemplazado? 6.-¿Podría combinarse con otro? 7.-¿Podría sub contratarse? 8.-¿Qué debería hacerse?	Quién (Who)	1.-¿Quién lo hace? 2.-¿Por qué lo hace esa persona? 3.-¿Qué cualificaciones necesitan? 4.-¿Podríamos reemplazarlo con alguien menos cualificado? 5.-¿Podría hacerlo un subcontratista? 6.-¿Podría hacerlo una maquina?
Dónde (Where)	1.-¿Dónde se hace? 2.-¿Por qué se hace allá? 3.-¿Podría localizarse en otro momento? 4.-¿Podría hacerse fuera de la percepción del cliente? 5.-¿Dónde debería hacerse?	Cómo (How)	1.-¿Cómo se hace? 2.-¿Por qué se hace de ese modo? 3.-¿De que otro modo podría hacerse? 4.-¿Cómo debería hacerse?
Cuando (When)	1.-¿Cuándo se hace? 2.-¿Por qué hace entonces? 3.- ¿Se necesita siempre? 4.-¿Añade valor al servicio?		

Fuente: Nota técnica “Las variables de acción” IESE Universidad de Navarra

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

La tecnología

Tenemos que hablar no solo del uso de medios tecnológicos que nos ayuden a mejorar los procesos, sino también de los conocimientos tecnológicos que podrían intervenir en las actividades y operaciones de la empresa.

Las acciones que son posibles gracias al uso de tecnología en las organizaciones:

- **Aumento de eficiencia.-** La productividad de la empresa aumenta con el uso de tecnología.
- **Aumento de la eficacia.-** La tecnología facilita un nuevo uso de las acciones nuevas.
- **Creación de conocimiento.-** La tecnología obliga que las personas que se involucran en una cierta acción de un sistema se formen en habilidades y conocimientos tecnológicos.
- **Facilitación geográfica o de proceso.-** La tecnología nos ayuda a que las acciones nuevas se puedan realizar en cualquier lugar y a cualquier momento, ayudando así a la mejora del sistema de operaciones de la organización.

Toda la tecnología debe ser utilizada con el fin de realizar una acción necesaria o mejorar las operaciones. (Riverola)

2.2 CREACIÓN DE LA PROMESA DE NEGOCIO

2.2.1 Proceso de creación de la promesa

Para el levantamiento de la promesa se realizó un taller con los principales ejecutivos de la empresa a quienes se les pidió que nos den 2 ideas de lo que debería prometer Eventivo a sus clientes.

Con las ideas del equipo se clasificó y ordenó estas, de donde las principales detallo a continuación:

- Cumplir sus expectativas. (Se descartó al final)
- Darle el mejor costo basándose en sus necesidades.
- Darles un servicio para que optimicen sus recursos (Dinero).
- Entrar dentro de sus presupuestos.
- Ellos van a olvidarse de estar consiguiendo todo para el evento
- Eventivo consigo todo para los clientes
- Ustedes van el día del evento y todo va estar listo.

- Que el cliente se preocupe lo menos posible de que el servicio (evento) saldrá bien.
- Ninguna empresa tiene área de eventos para que se dedique a lo que hace Eventivo.
- El día del evento todo va a salir perfecto, cero errores.
- Van a cumplir con los tiempos establecidos.
- Cumplir cronogramas.

Luego de haber encontrado todas estas ideas se realizó un análisis y clasificación de las mismas en categorías para poder encontrar la verdadera promesa de Eventivo para el público. Se encontraron las siguientes tres categorías y cada idea en su respectiva categoría:

- Líder en costos
 - Darle el mejor costo basándose en sus necesidades.
 - Darles un servicio para que optimicen sus recursos (Dinero).
 - Entrar dentro de sus presupuestos.
- Servicios y productos personalizados
 - Ellos van a olvidarse de estar consiguiendo todo para el evento

- Eventivo consigo todo para los clientes
 - Ustedes van el día del evento y todo va estar listo.
 - Que el cliente se preocupe lo menos posible de que el servicio (evento) saldrá bien.
 - Ninguna empresa tiene área de eventos para que se dedique a lo que hace Eventivo.
- Eventos de calidad y tiempo
- El día del evento todo va a salir perfecto, cero errores.
 - Van a cumplir con los tiempos establecidos.
 - Cumplir cronogramas.

2.2.2 Promesa de Eventivo

De esta manera se pudo construir la promesa de Eventivo a sus clientes. La cual es:

“Brindar servicios y productos personalizados, a precios competitivos, garantizando calidad y cumplimiento de cronogramas en todos nuestros eventos”

2.3 SECUENCIA DE ACTIVIDADES DE NEGOCIO

La secuencia de actividades de negocio para una empresa de servicios inicia a partir del levantamiento de información, con la cual se podrán identificar las tres subcadenas principales de la SAN.

Estas tres cadenas son:

- Cadena de diseño.

Dentro de esta cadena se encuentran todos los procesos de la empresa, mediante los cuales se pueda diseñar el servicio o producto que se le esta brindando al cliente.

- Cadena de valor añadido.

En esta cadena es donde se generan los procesos que van a generar un valor extra para el cliente. Estos procesos por lo general son todos aquellos que están involucrados con la el servicio o producto que se le entregará al cliente.

- Cadena de Servicio.

En la cadena de servicio nos encontramos con aquellos procesos con los que una empresa puede dar un servicio extra al ya brindado al cliente. Este puede ser varios como servicio post venta, entre otros.

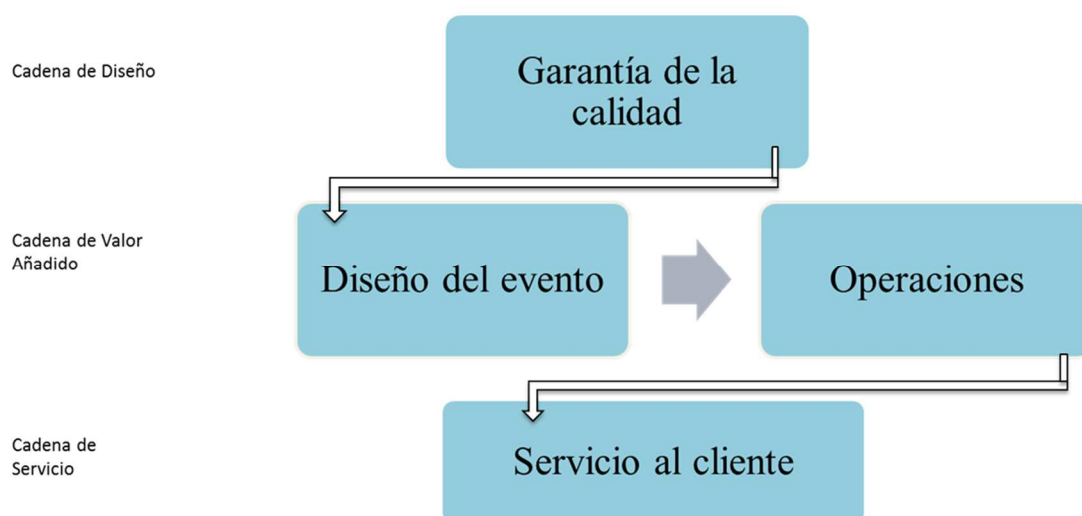
Gráfico N° 2: Cadena de Servicio

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

La principal fortaleza es justamente que se fija en estas tres cadenas. En el siguiente gráfico se puede observar distintos bloques posibles de cada cadena de la SAN.

Para Eventivo se levantó toda esta información y se pudo crear su propia SAN (Secuencia de actividades del negocio), basándonos en la división de estas tres cadenas y las mismas quedaron de la siguiente manera:

Gráfico N° 3: Garantía de la calidad

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

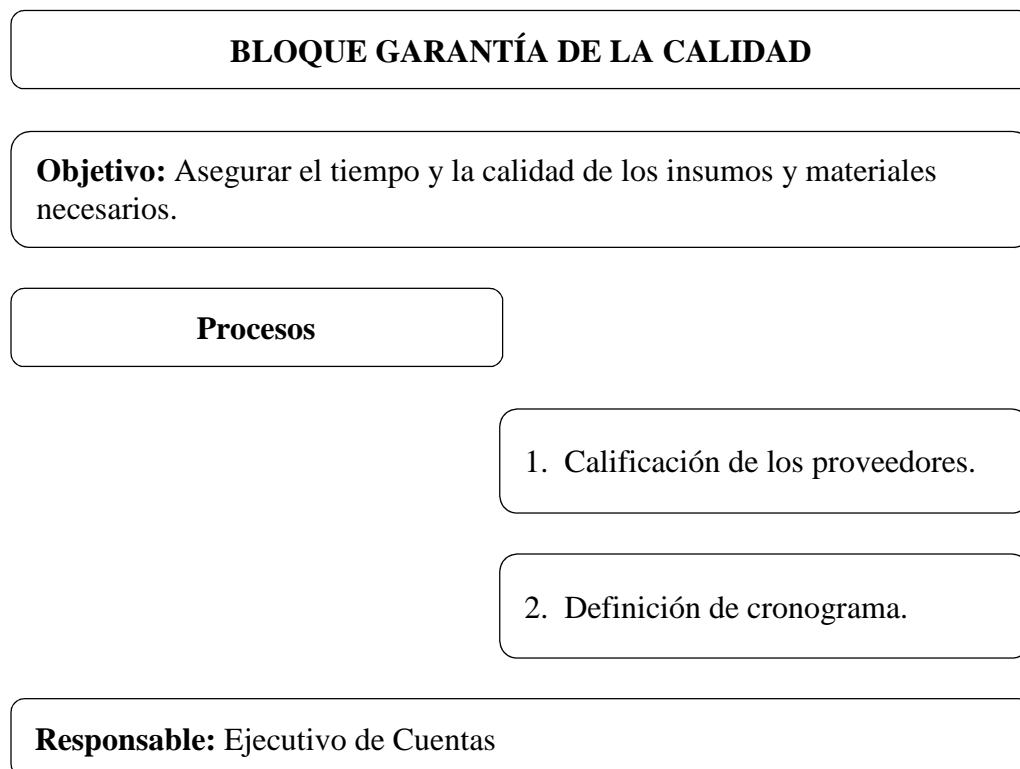
Como se puede observar en la cadena de Diseño, se encontró el bloque de Garantía de la Calidad. Siendo este el único que se maneja dentro de eventivo en cuanto a la cadena de diseño.

Para la cadena de valor añadido se pudo encontrar dos bloques, el de Diseño del evento, que consta en esta cadena porque es en el diseño donde se va a generar el valor extra para el cliente. Además se encontró el bloque de operaciones. Por ultimo en la cadena de servicio el único bloque identificado fue el de servicio al cliente.

Todos los bloques identificados en cada cadena son enfocados en los procesos necesarios para satisfacer al cliente, siendo esta otra fortaleza de la SAN para empresas de servicios como lo es Eventivo.

2.3.1 Identificación de la cadena de diseño

Gráfico N° 4: Bloque garantía de la calidad



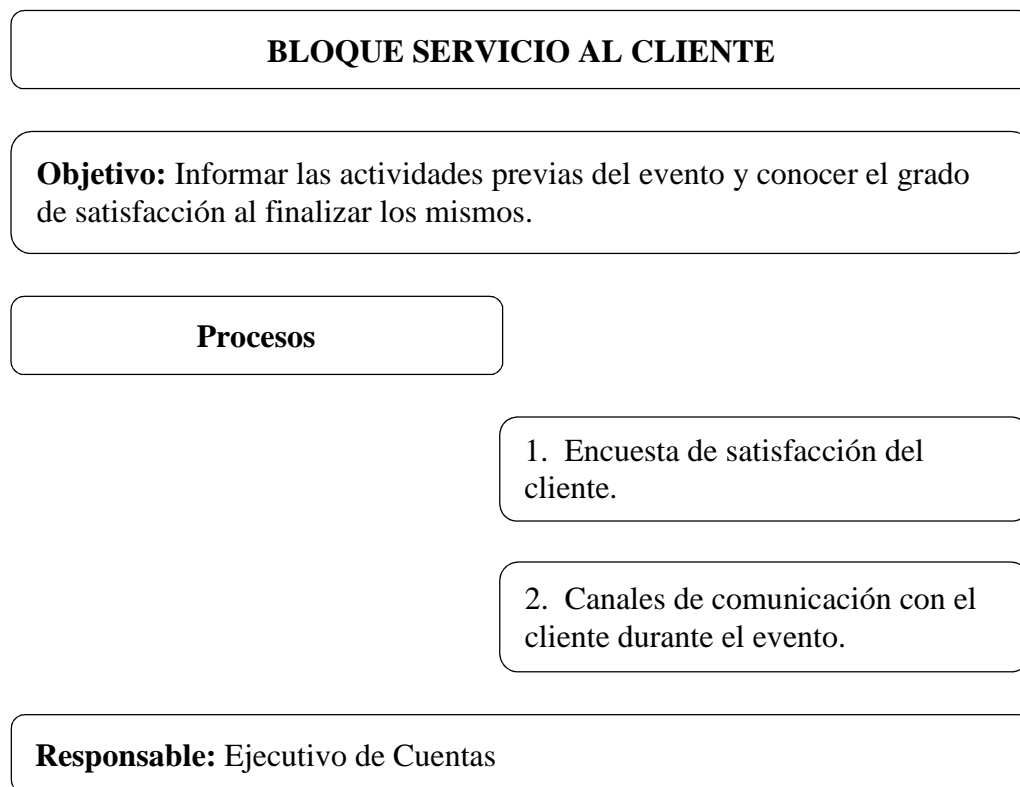
BLOQUE GARANTÍA DE LA CALIDAD		
INPUT	PROCESO	OUTPUT
Propuestas proveedores	Calificación de los proveedores.	Proveedores aceptados.
Requerimiento de tiempo solicitado por el cliente.	Definición de cronograma.	Cronograma Aprobado.

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

2.3.2 Identificación de la cadena de servicio

Gráfico N° 5: Bloque servicio al cliente



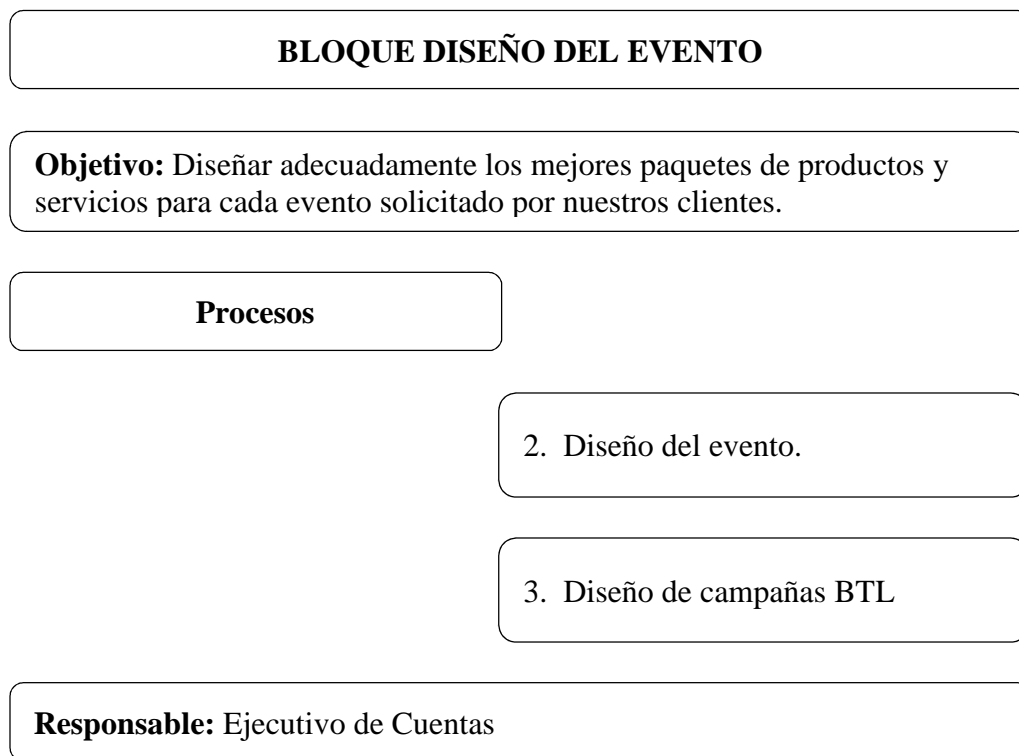
BLOQUE SERVICIO AL CLIENTE		
INPUT	PROCESO	OUTPUT
Evento terminado	Encuesta de satisfacción del cliente.	Resultados de la encuesta
Evento contratado	Canales de comunicación con el cliente durante el evento.	Informe final

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

2.3.3 Identificación de la cadena de valor añadido

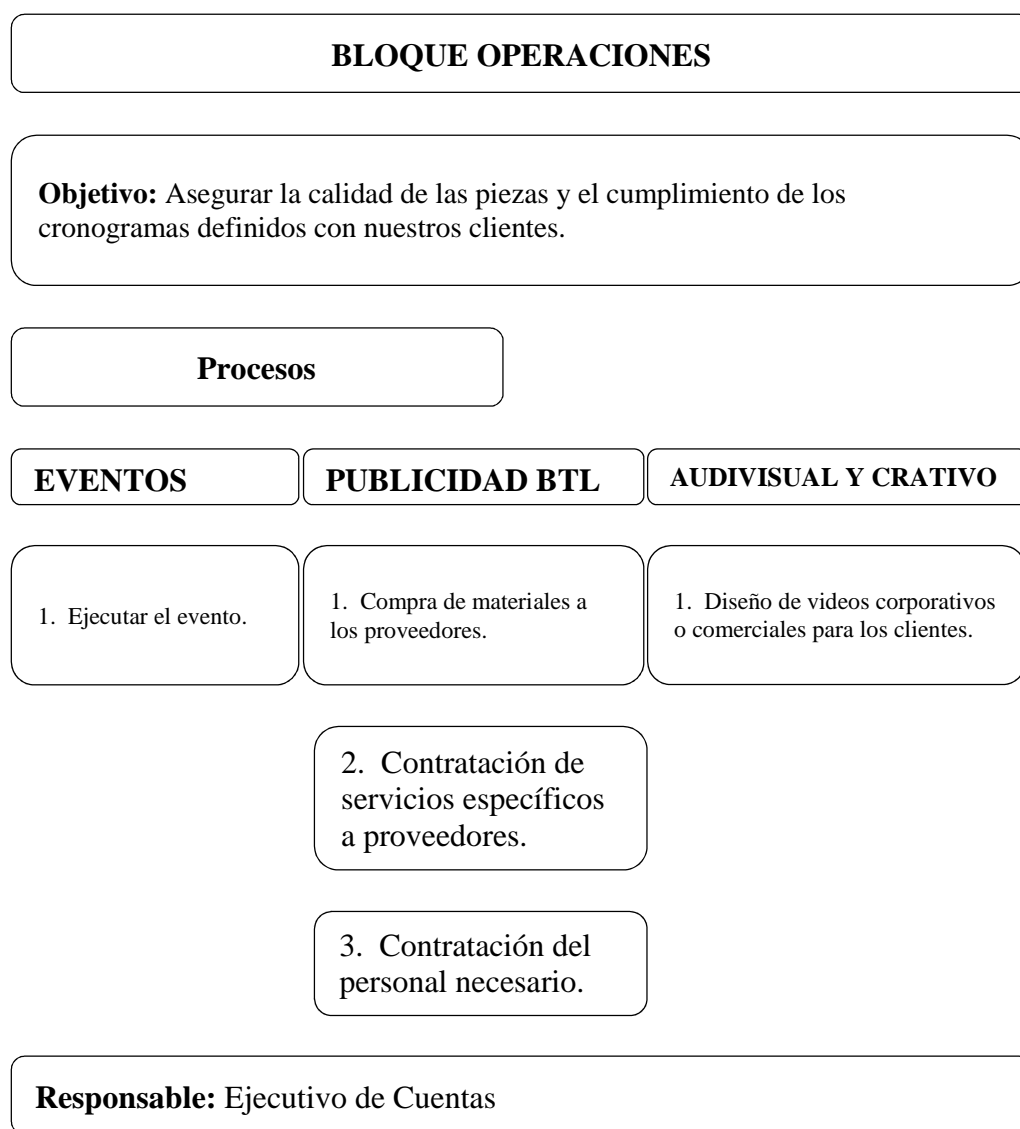
Gráfico N° 6: Bloque diseño del evento



BLOQUE GARANTÍA DISEÑO DEL EVENTO		
INPUT	PROCESO	OUTPUT
Requerimiento inicial cliente	Diseño del evento	Evento personalizado y aprobado.
Requerimiento inicial cliente	Diseño de campañas BTL.	Campaña BTL aprobada.

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

Gráfico N° 7: Bloque operaciones

BLOQUE OPERACIONES (EVENTOS)		
INPUT	PROCESO	OUTPUT
Piezas listas para el diseño.	Ejecutar el evento.	Cliente satisfecho.

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

Cuadro N° 3: Bloque operaciones (Publicidad BTL)

BLOQUE OPERACIONES (PUBLICIDAD BTL)		
INPUT	PROCESO	OUTPUT
Requerimientos para el servicio.	Compra de materiales a los proveedores.	Materiales para BTL.
Necesidad de proveedor para BTL.	Contratación de servicios específicos a proveedores.	Servicio BTL.
Diseño de la campaña personalizada.	Contratación del personal necesario.	Trabajador contratado.

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

Cuadro N° 4: Bloque operaciones (audiovisual y creativo)

BLOQUE OPERACIONES (AUDIOVISUAL Y CREATIVO)		
INPUT	PROCESO	OUTPUT
Solicitud cliente	Diseño videos corporativos o comerciales para los clientes.	Video corporativo

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

3 LEVANTAMIENTO DE PROCESOS

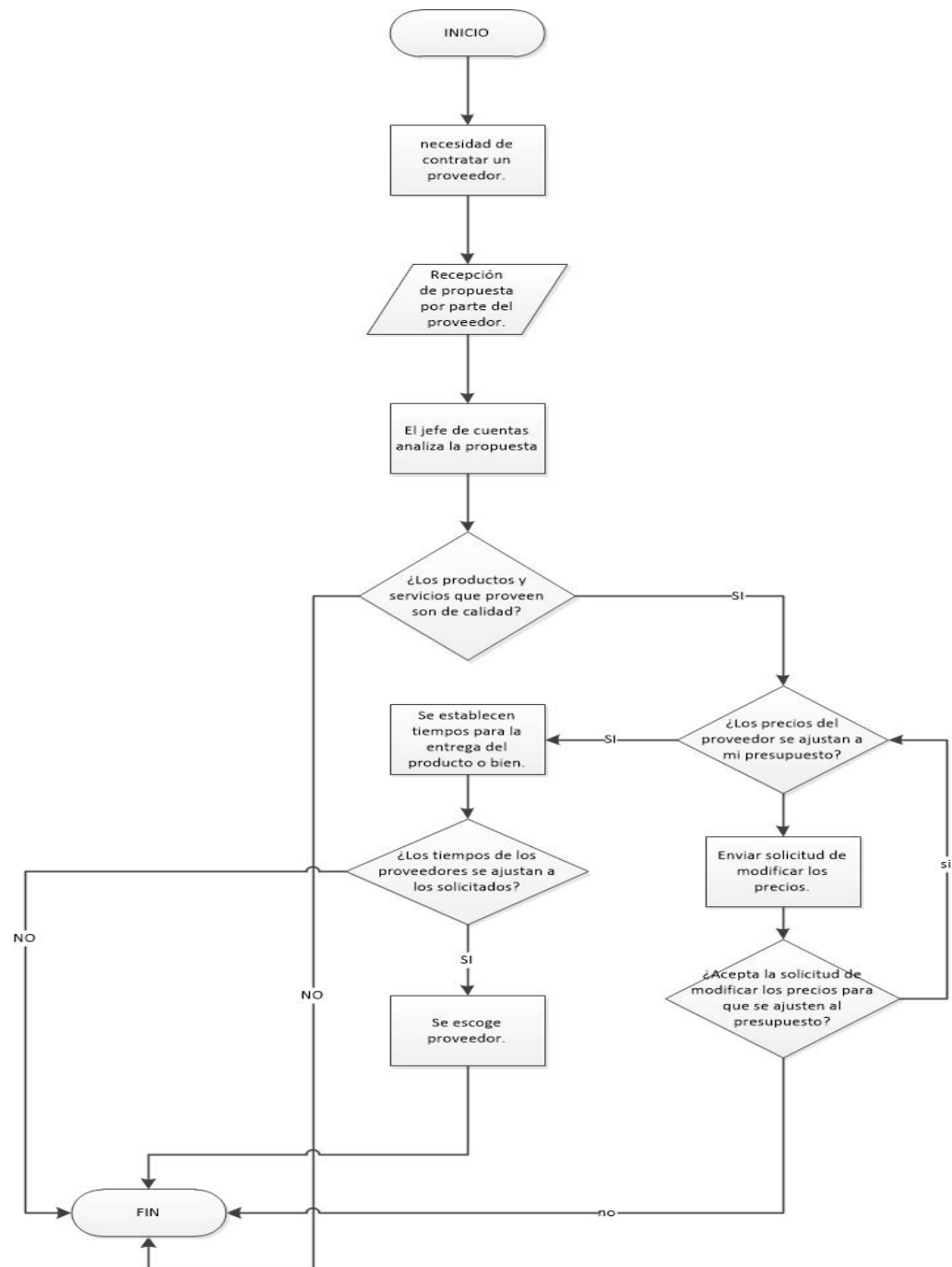
3.1 FLUJOGRAMAS

3.1.1 Flujograma de la cadena de Diseño

Luego de haber identificado la cadena de diseño y haber levantado toda la información de la misma con la cual se encontró el bloque de Garantía de la calidad, se creó los procedimientos de cada proceso reconocido en dicho bloque.

Los procedimientos se realizaron por cada proceso encontrado y la parte fundamental para poder entender de que manera se manejan cada proceso fue crear un Flujograma de cada uno. Los flujogramas diseñados fueron los siguientes:

a) Flujograma Calificación de proveedores.

Gráfico N° 8: Flujograma Calificación de proveedores

Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Jonathan Ordóñez

En el Flujograma que se identificó para el proceso de calificación de proveedores las actividades mas importantes y las cuales la empresa debe dar real importancia son:

- 1) Analizar las propuestas enviadas por los proveedores.

Es muy importante que en el proceso se analice cada propuesta enviada por cada uno de los proveedores, garantizando variedad de opciones y poder elegir la que en verdad cumpla con todas las pautas de calidad impuestas por Eventivo.

- 2) Establecer los tiempos de entrega para el bien o servicio por parte del proveedor.

En la promesa de Eventivo, se busca garantizar la calidad del servicio y productos personalizados que van dirigidos al cliente, por lo que es de mucha importancia que se establezcan los tiempos de entrega del proveedor a Eventivo y de esta manera no incumplir con los cronogramas establecidos con cada cliente.

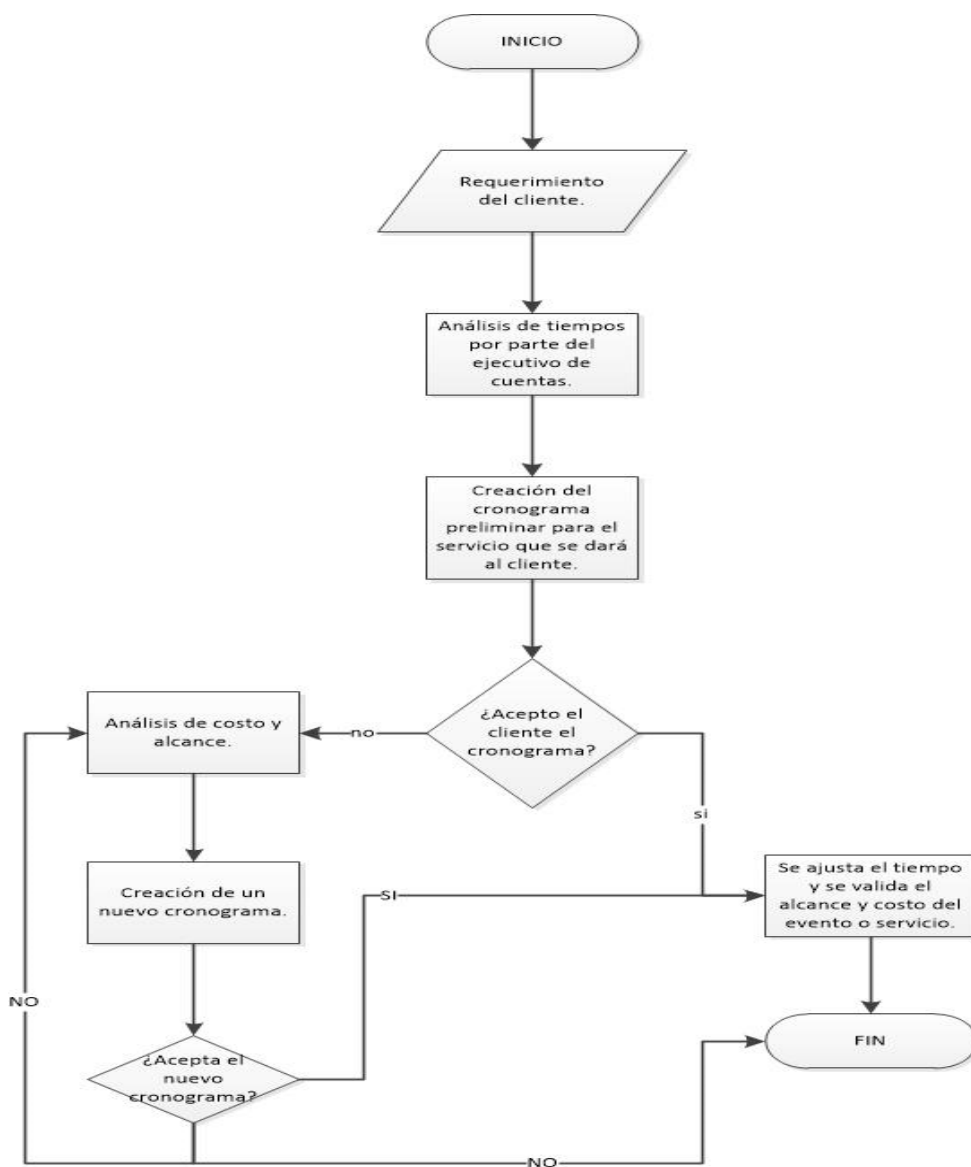
- 3) Enviar solicitud de modificación de precios en caso de que no entre dentro del presupuesto de Eventivo.

Al igual que se garantiza la calidad del servicio, Eventivo también busca ser competitivo en los precios de sus servicios, por lo que lo presupuestado

para los proveedores no debe exederse y que de esta manera no afecte en el precio final. Por tal motivo se debe realizar un análisis del proveedor tanto en costos, alcance y calidad y en el caso de que sus productos o servicios sean de calidad se deberá solicitar un ajuste en los precios para que de esta manera pueda formar parte de nuestros proveedores.

b) Flujograma definición de cronogramas.

Gráfico N° 9: Flujograma definición de cronogramas



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Jonathan Ordóñez

En el mismo bloque de garantía de localidad en la cadena de diseño se levantó el proceso de definición de cronogramas. Este es un proceso realmente importante, ya que el correcto diseño de un cronograma y cumplimiento del mismo hará que la compañía brinde un servicio el cual los clientes percibirán que es de muy buena calidad.

Para esto es importante que de dicho proceso la compañía ponga un gran énfasis en las siguientes actividades:

1) Análisis de tiempos.

El análisis de tiempo se lo realiza con el fin de poder anticipar la compra de materiales o contratación de servicios a nuestros proveedores. Además se debe ajustar el evento a todas las solicitudes del cliente.

2) Creación del cronograma preliminar.

Es muy importante que la compañía cree cronogramas preliminares en base a las necesidades del cliente y se envíe para que pueda aprobarlo, esto ayudará a la empresa a generar un mejor servicio y creará una mayor percepción de calidad por parte del cliente.

3) Análisis de costo y alcance.

En caso de que los cronogramas no se convengan con lo que el cliente ha propuesto y necesite un cambio. Es importante que Eventivo realice un

análisis de costos y alcance sobre el evento o servicio, con el fin de crear un nuevo cronograma con el tiempo establecido por el cliente y con un nuevo costo y alcance del mismo.

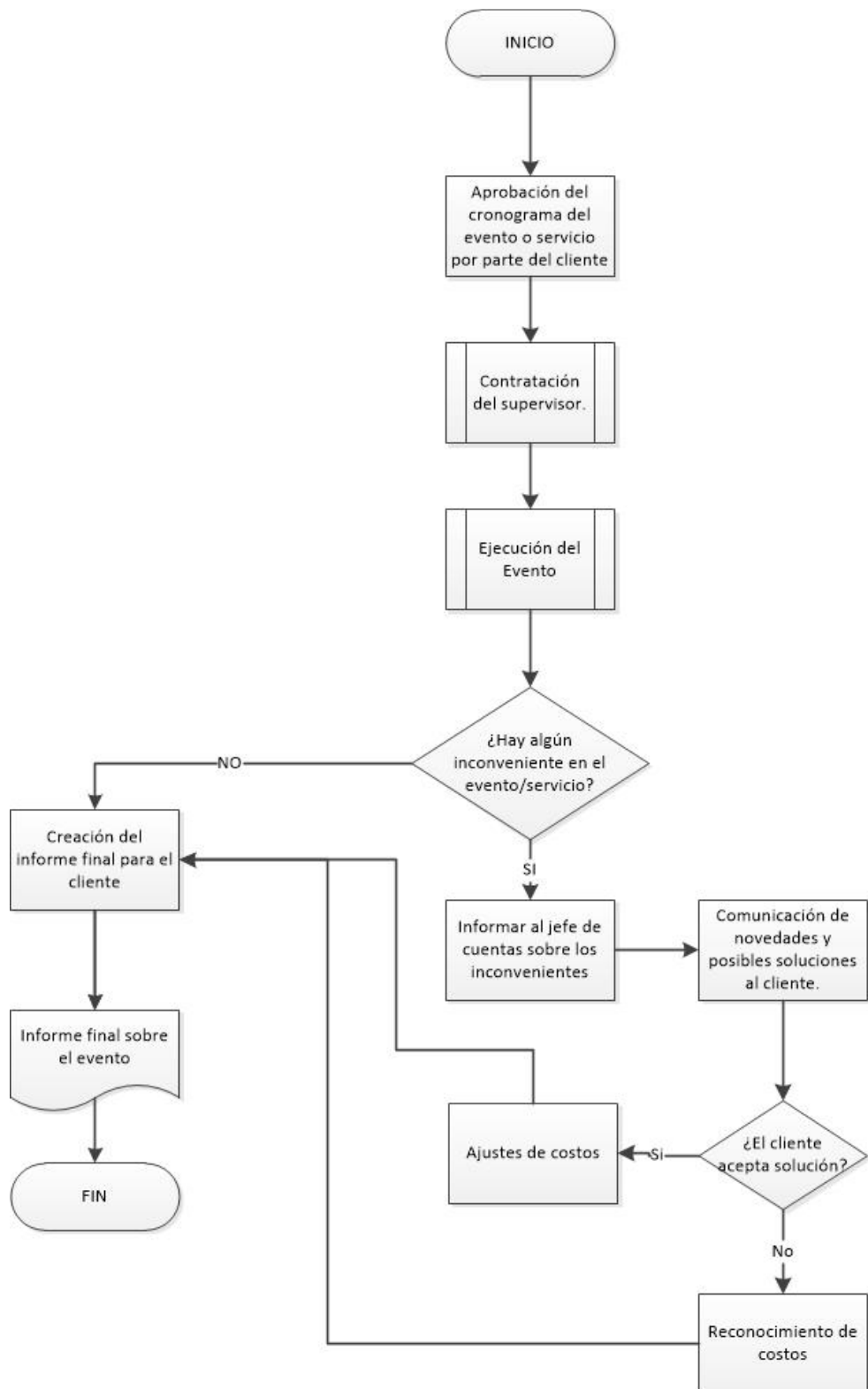
3.1.2 Flujograma de la cadena de servicio

En la cadena de servicio de igual manera se levantó toda la información existente y se logró identificar el bloque de servicio al cliente. En dicho bloque se identificaron dos procedimientos existentes y de igual manera se pudo levantar un Flujograma por cada proceso encontrado.

Los flujogramas son los siguientes:

a) Canales de comunicación con el cliente durante el evento.

Gráfico N° 10: Canales de comunicación con el cliente durante el evento



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Jonathan Ordóñez

Para el Flujograma hallado sobre la comunicación con el cliente durante el evento, las actividades que Eventivo debe dar real importancia y no debe dejar de lado al momento de realizar un evento son:

1) Comunicación de novedades y posibles soluciones al cliente.

Es muy importante que en el caso de que existan inconvenientes en cualquier evento o servicio prestado por Eventivo para sus clientes, se comunique que sucedió y que solución le brinda para solucionar dicho inconveniente.

2) Ajuste de costos.

En el caso de que el cliente acepte una solución propuesta por eventivo o inclusive propuesta por el mismo cliente, se deberá realizar un ajuste en el costo del evento y asumir todo esto por la empresa. De esta manera no se perderá la impresión del cliente sobre un servicio de calidad y dirigido a cumplir con sus necesidades.

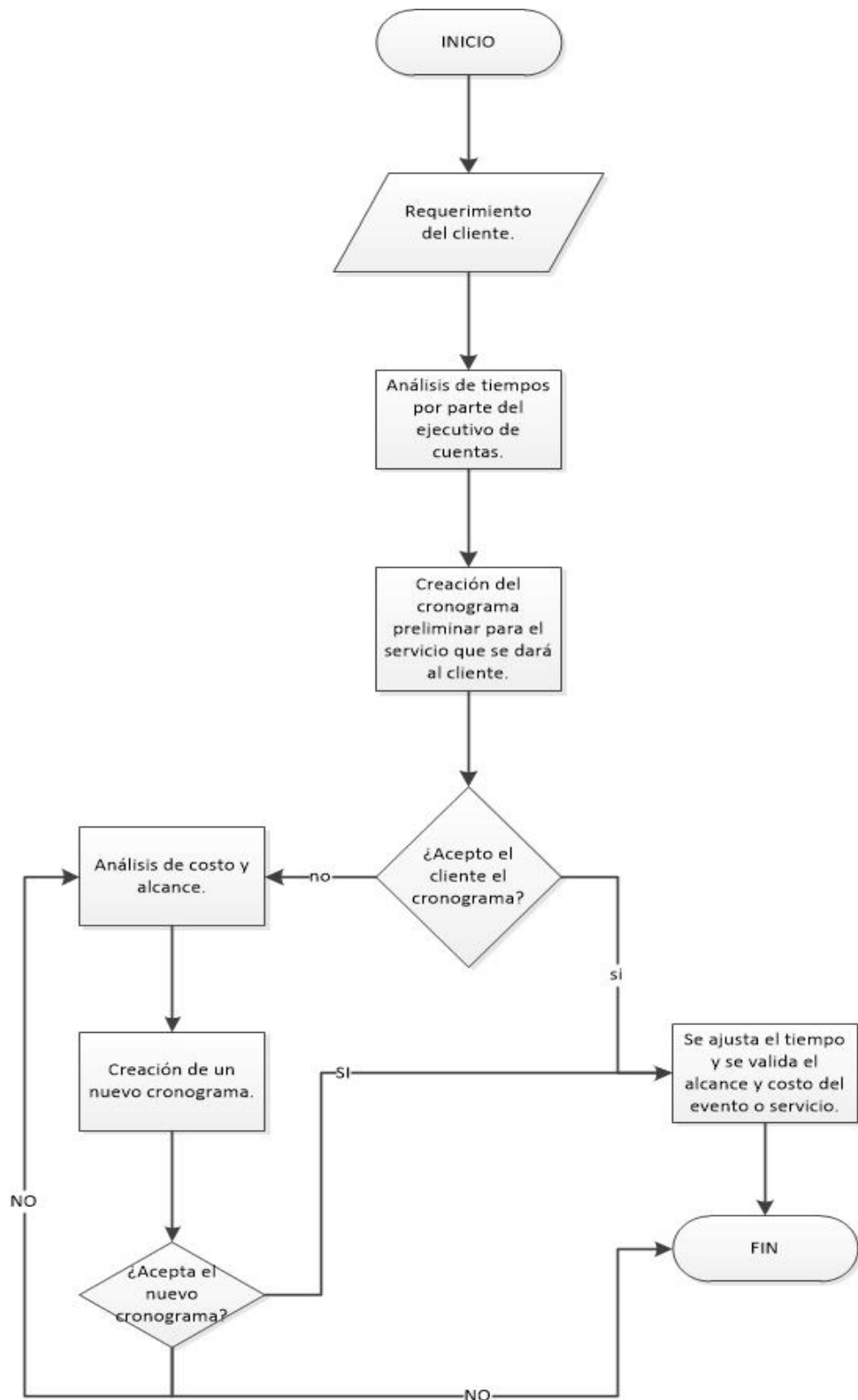
3) Reconocimiento de costos.

En caso de que el cliente no acepte una solución, la empresa deberá reconocer los costos que se generaron por el error o inconveniente en el evento. De esta manera el cliente no deberá pagar un valor adicional, intentando así no perder la confianza de nuestro cliente.

4) Creación del informe final para el cliente.

Luego de haber realizado el evento o servicio, es muy importante que el cliente tenga un informe en el que se especifique todo lo que se realizó en el mismo y de que manera se lo hizo. Es muy importante entregar un informe final al cliente ya que se le comunica por escrito y queda como evidencia del trabajo realizado.

b) Proceso de creación de cronograma.

Gráfico N° 11: Proceso de creación de cronograma

Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Jonathan Ordóñez

La creación de cronograma es un proceso muy importante en el servicio al cliente, ya que mediante este proceso la empresa consigue asegurar que todos sus servicios se presentarán a tiempo. Para poder brindar un excelente servicio deben tener en cuenta que las actividades mas importantes son:

a) Análisis de tiempos.

Junto con los requerimientos del cliente, eventivo analizará los tiempos en los que el cliente solicita se brinde el servicio o se realice el evento. Es una actividad muy importante ya que Eventivo ofrece ejecutar el evento o brindar el servicio siempre en el tiempo establecido.

b) Creacion del cronograma preliminar

Luego de haber llegado a un acuerdo con el cliente, eventivo tendrá que crear un cronograma preliminar para poder indicarle al cliente y saber si las fechas y tiempos de las actividades están de acuerdo a lo establecido previamente.

c) Análisis de costo y alcance

En el caso de que el cliente no acepte el cronograma preliminar, Eventivo deberá realizar un análisis de costos y alcance para poder modificar los tiempos del cronograma de acuerdo a lo solicitado por el cliente.

d) Ajuste de tiempo y validación de alcance y costo del evento o servicio.

Luego de que el cliente haya aceptado el cronograma preliminar, Eventivo deberá ajustar todas las actividades que se van a realizar a dicho cronograma y poder llevar a cabo las actividades de acuerdo a lo planeado.

3.1.3 Flujograma de la cadena de Valor Añadido

En cuanto a la Cadena de Valor Añadido se pudo indentificar dos bloques los cuales conforman esta cadena. Los bloques son los siguientes:

A. Bloque de diseño del evento.

B. Bloque de operaciones y sus subdivisiones son:

1. Bloque de operaciones en eventos.
2. Bloque de operaciones en publicidad BTL.
3. Bloque de operaciones en audiovisuales y creativo.

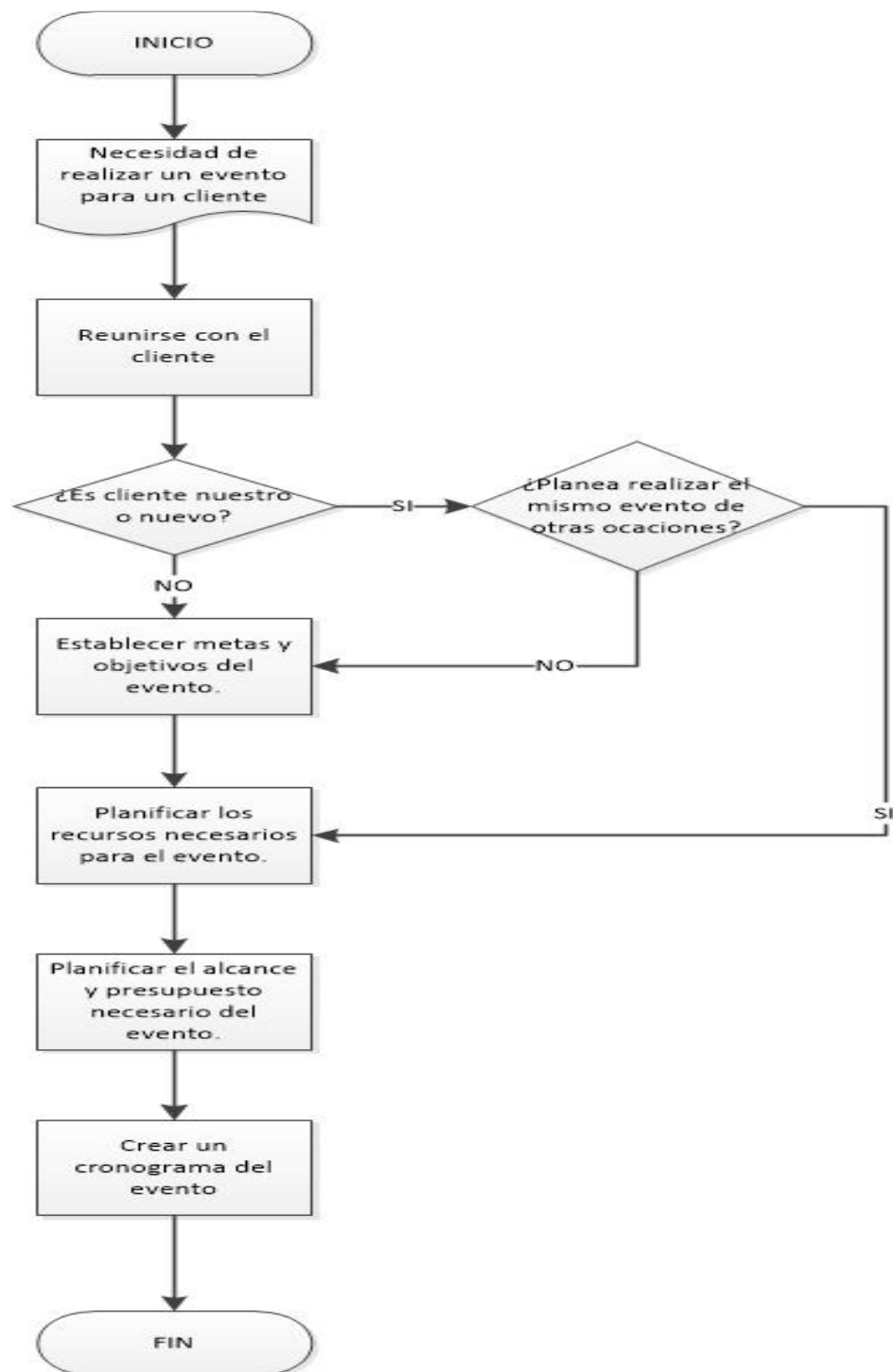
En cada uno de estos bloques se pudo identificar varios procesos y de igual manera fueron graficados mediante un Flujograma como todos los anteriores.

En el caso del bloque de diseño del evento los flujogramas fueron los siguientes:

A. Bloque de diseño del evento

a) Proceso de Diseño del evento.

Gráfico N° 12: Proceso de Diseño del evento



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Jonathan Ordóñez

En el proceso de diseño del evento, uno de los mas importantes al momento de crear un evento exclusivo y dirigido para cada uno de los clientes de Eventivo, las actividades importantes son:

1) Reunirse con el cliente.

El evento siempre se diseñará de acuerdo a lo que el cliente necesite para el mismo. Es por esto que la reunión previa con el cliente es de mucha importancia ya que aquí se llegará a los acuerdos del evento que se realizará. De igual manera el jefe de cuentas de cada cliente deberá presentar la propuesta del evento en donde se presentará un posible costo y que alcance tendrá el servicio.

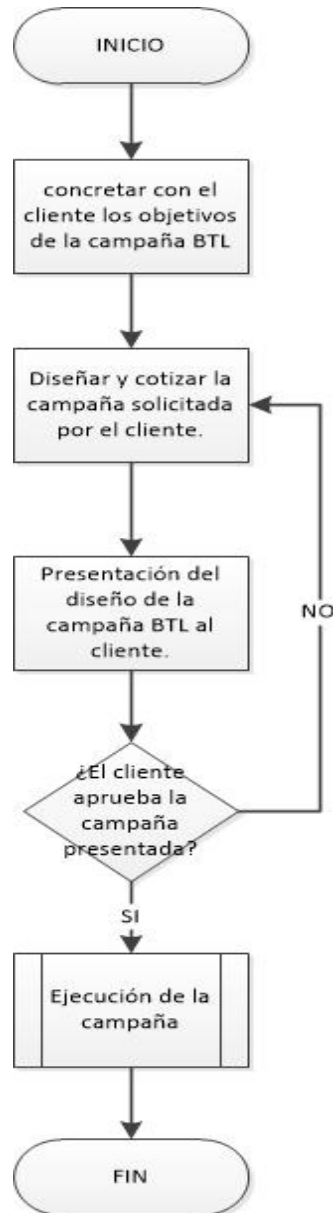
2) Establecer metas y objetivos del evento.

Luego de haber llegado a un acuerdo de que manera se va a realizar el evento con el cliente, y si el evento que se va a realizar es nuevo para Eventivo, se deberán establecer metas y objetivos del evento en conjunto con el cliente. Es muy importante establecer las metas y los objetivos ya que así se podrá crear las actividades necesarias para poder cumplir con todo lo planteado.

3) Planificar recursos necesarios del evento.

Luego de haber determinado las actividades necesarias en cada evento, de acuerdo a dichas actividades es necesario que se planifique que recursos materiales o humanos van a ser necesarios para realizar cada actividad.

b) Proceso de Diseño de la campaña BTL.

Gráfico N° 13: Proceso de Diseño de la campaña BTL**Fuente:** Investigación Realizada**Elaborado por:** Jonathan Ordóñez

En el proceso de diseño de la campaña BTL, otro proceso que es igual muy importante al momento de crear un servicio exclusivo para el cliente, las actividades trascendentes son:

1) Concretar con el cliente los objetivos de la campaña BTL.

Es muy importante para Eventivo conocer los objetivos que tiene cada cliente al momento de realizar una campaña BTL, ya que de acuerdo a eso Eventivo propondrá ideas en base a la experiencia en estas campañas y de esta manera conseguir los objetivos planteados.

2) Diseñar y cotizar la campaña solicitada por el cliente.

Luego de haberse reunido con el cliente y tener los objetivos claros de la campaña, Eventivo diseñará y cotizará una campaña que se ajuste a lo propuesto por el cliente. Es muy importante este proceso ya que ayuda a que el servicio sea más personalizado

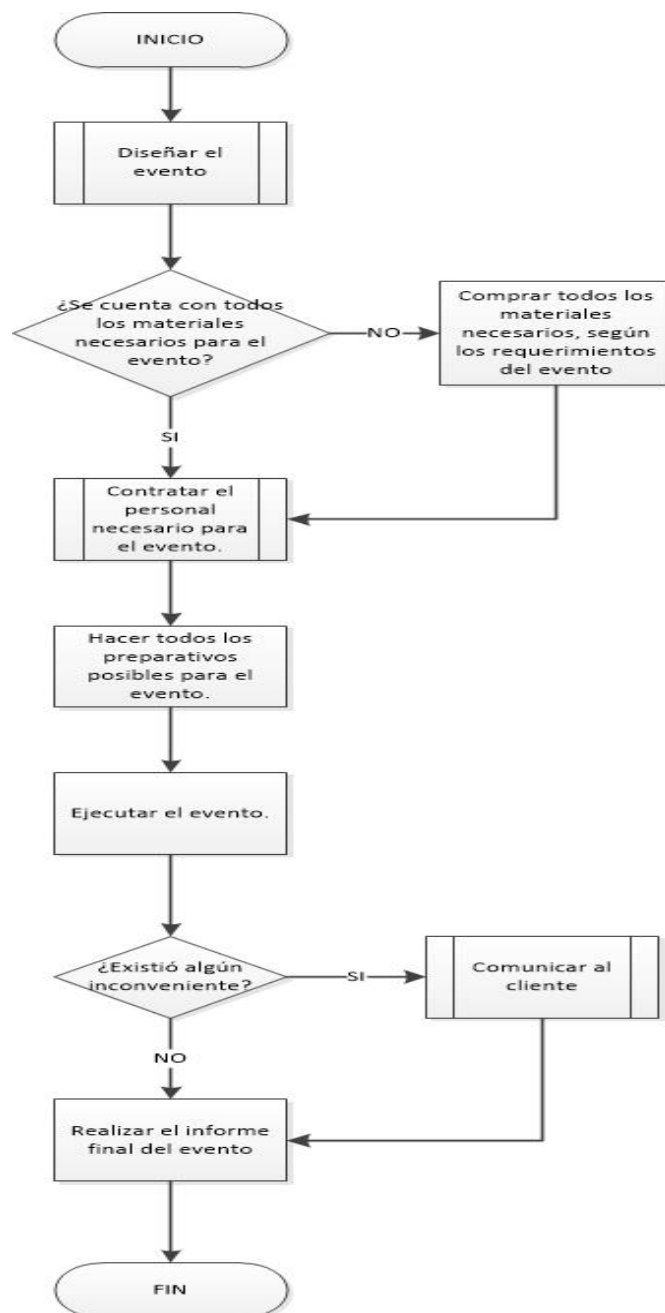
3) Presentación del diseño de la campaña BTL al cliente.

La presentación de la campaña diseñada es una de las maneras por las cuales Eventivo genera calidad en su servicio ya que se presentan todas las ideas y como va a ir la campaña al cliente y el podrá decidir si esta de acuerdo a lo acordado o si necesita algunas modificaciones.

B. Bloque de operaciones.

- Bloque de operaciones en eventos.

e) Proceso ejecutar evento.

Gráfico N° 14: Proceso ejecutar evento

Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Jonathan Ordóñez

En el proceso de ejecutar el evento, el cual es primordial en la cadena de operaciones, las actividades más importantes son:

1) Hacer todos los preparativos posibles para el evento.

Es muy importante prevenir cualquier circunstancia en cada evento que se va a realizar, por este motivo en el proceso de ejecutar el evento es muy importante que siempre que haya la posibilidad de realizar preparativos con anterioridad al evento, se realice. Por este motivo Eventivo siempre realiza pruebas de sonido en el caso de que sea necesario, arreglo de salones, salas donde se vaya a realizar el evento, organización de espacios para eventos, entre otras actividades que deben ser realizadas con anticipación.

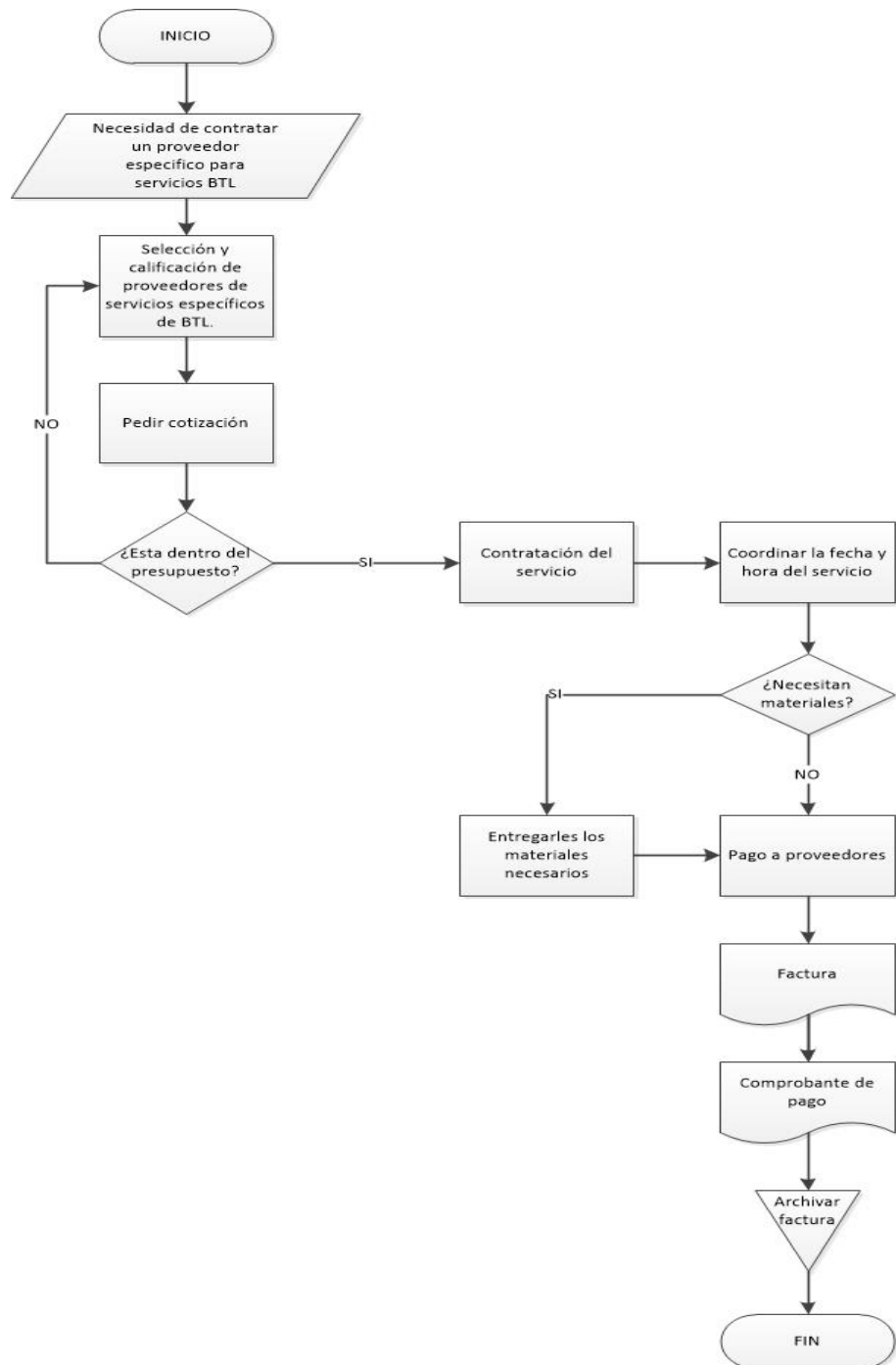
2) Realizar el informe final del evento.

Como en cada evento, la empresa realizará un informe final en el que se detallará las actividades que se realizaron, cualquier inconveniente en el caso de que existiera. Este informe debe ser presentado directamente al cliente.

- Bloque de operaciones en publicidad BTL.

f) Proceso contratación de servicios específicos a proveedores.

Gráfico N° 15: Proceso contratación de servicios específicos a proveedores



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Jonathan Ordóñez

En cuanto al bloque de operaciones dirigido a la publicidad BTL, en este proceso es muy importante todo lo que eventivo adquiere mediante un proveedor. Es por esto que se levantó uno de los procesos mas importantes el cual es el de contratar servicios específicos a proveedores. Para este proceso se levantaron varias actividades, de las cuales las mas importantes son:

1) Selección y calificación de proveedores de servicios específicos para BTL.

Se seleccionará los proveedores que hayan pasado por uno de los procesos de la cadena de diseño el cual es calificación de proveedores. Y esto garantizará que el proveedor que se contratará cumpla con todos los requisitos para ser proveedor de Eventivo. Cabe recalcar que al ya ser proveedores calificados por eventivo también se esta garantizando que los servicios de los mismos son de calidad.

2) Contratacion del servicio.

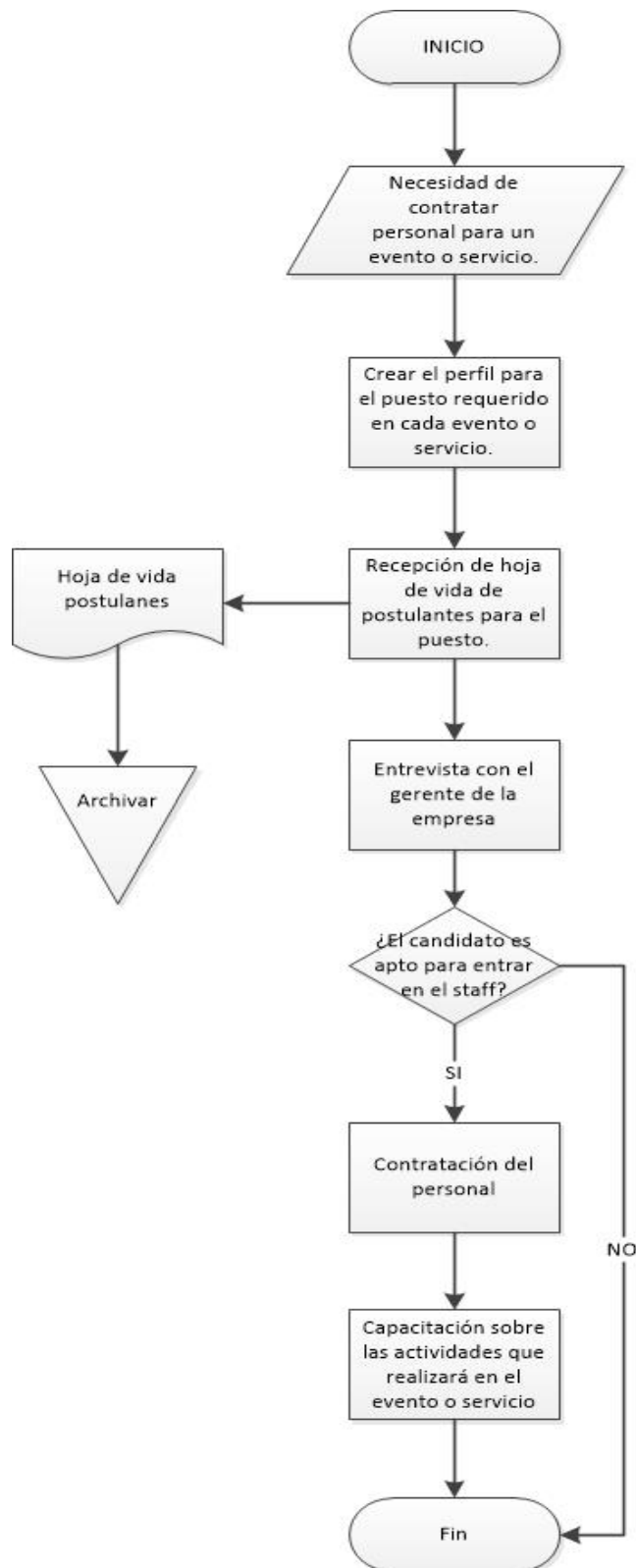
Luego de que el proveedor además de pasar por el proceso de calificación de proveedores y su cotización entre dentro del presupuesto de la empresa, se procederá a contratar su servicio.

3) Coordinación de la fecha y hora del servicio.

Es muy importante que con los proveedores se llegue a un acuerdo mediante el cual se establezcan fecha y hora en la cual el proveedor deberá prestar su servicio. Esta actividad se debe cumplir siempre y el proveedor deberá comprometerse a hacerlo ya que de esta manera se garantizará al cliente que el servicio se cumplirá en el tiempo acordado.

g) Proceso contratación del personal necesario.

Gráfico N° 16: Proceso contratación del personal necesario



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Jonathan Ordóñez

En cada servicio de publicidad BTL Eventivo o inclusive en eventos, de acuerdo a las actividades propuestas para cada campaña o evento, se necesitara personal preparado para brindar dicho servicio. Es por este motivo que se levanto el proceso de contratación del personal.

En este proceso las actividades más importantes son:

- 1) Crear el perfil para el puesto requerido en cada evento o servicio.

Para poder contar con el personal adecuado para cada servicio BTL o evento, es muy importante que de acuerdo a las actividades se deberá crear el perfil del puesto que se necesite, en el cual se especifiquen las actividades que Eventivo necesite que realice, así como las aptitudes que debe tener el personal.

- 2) Entrevista con el gerente general de la empresa.

En la entrevista el gerente de la empresa de acuerdo a su experiencia, contratará a cualquier recurso que crea conveniente para el puesto necesario para brindar el servicio.

- 3) Contratación del personal

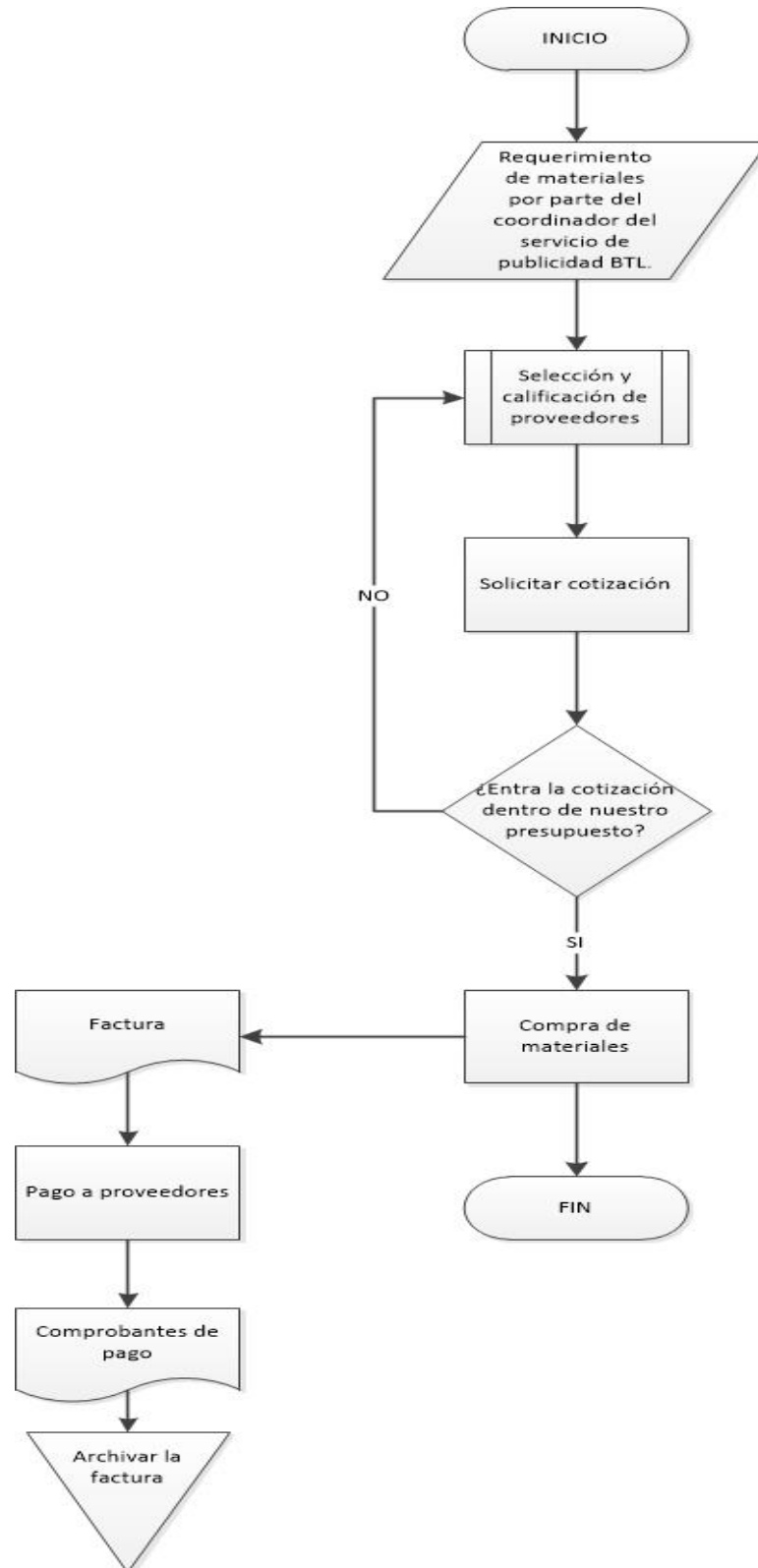
La contratación se realizará luego de que el gerente haya tomado una decisión y se haya determinado que el candidato es apto para realizar las actividades necesarias en cada servicio.

4) Capacitación sobre las actividades que realizará en el evento o servicio.

La capacitación tiene un peso muy grande en el proceso de contratación del personal, ya que a pesar de haber requerido que cada persona que fue contratada tenga experiencia y aptitudes de acuerdo a la necesidad de la empresa, siempre es necesario capacitarles y que estén preparados para las actividades que se realizarán en cada evento. Por esto la capacitación se les entregará con un tiempo moderado de anticipación a cada evento o campaña realizada por la empresa.

h) Proceso compra de materiales a proveedores.

Gráfico N° 17: Proceso compra de materiales a proveedores



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Jonathan Ordóñez

Al igual que en la contratación del personal, el proceso de compra de materiales a proveedores se da para eventos y servicios de publicidad BTL. Este proceso es primordial al momento de ejecutar un evento o realizar un servicio de publicidad BTL, ya que siempre en cualquiera de los dos casos se necesitará adquirir materiales y estos deben ser de buena calidad para que de esta manera el servicio brindado por Eventivo tenga la calidad ofrecida al cliente. Es por eso que las siguientes actividades son importantes para que este proceso se lleve a cabo.

1) Selección y contratación de proveedores.

Al igual que el proceso de contratación de servicios a proveedores, para que Eventivo adquiera los materiales necesarios en cada evento o publicidad BTL, se deberá calificar a estos proveedores mediante el proceso de la cadena de diseño. Luego de que ya se tenga a los proveedores aceptados se seleccionará de la base de datos en cada oportunidad.

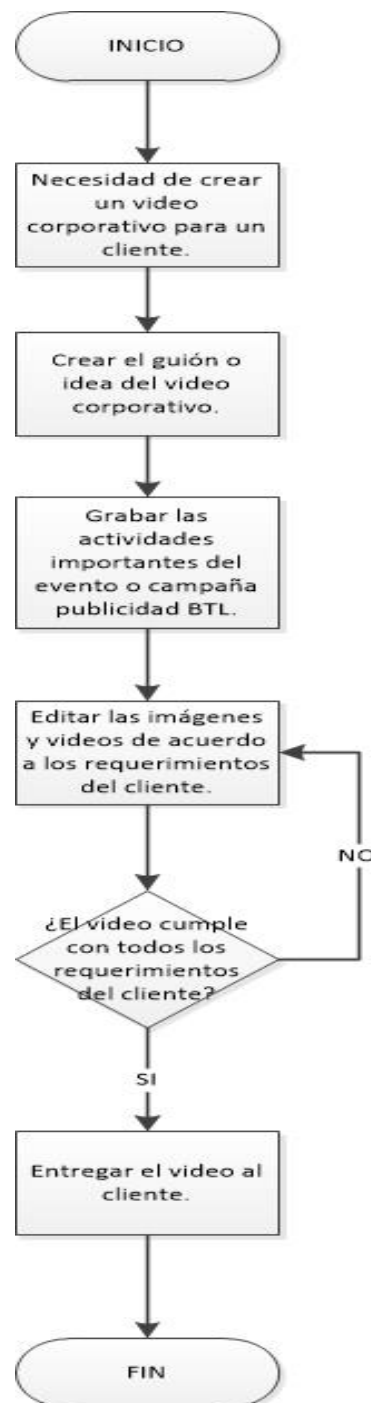
2) Compra de materiales

Luego de que los proveedores hayan pasado por el proceso de calificación, se solicitará una cotización de todos los materiales necesarios para cada servicio y de acuerdo a si esa cotización entra dentro del presupuesto del evento o servicio eventivo le comprará los materiales.

- Bloque de operaciones en audiovisual y creativo.

i) Proceso de Diseño videos corporativos o comerciales para los clientes.

Gráfico N° 18: Proceso de Diseño videos corporativos o comerciales para los clientes



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Jonathan Ordóñez

Uno de los procesos principales dentro de todos los servicios que realiza Eventivo para todos sus clientes es el de diseñar videos corporativos sobre los eventos realizados o servicios de publicidad BTL prestados. Es por eso que el diseño de los mismos deben ser de calidad.

Estos videos forman parte de los diseños propuestos por Eventivo para sus clientes tanto para eventos como para los de publicidad y de acuerdo a esto las actividades mas relevantes de este proceso son:

1) Crear el guion o idea del video corporativo.

Para poder crear un video corporativo es muy importante que se realice primero una idea o guion. Esto de acuerdo de igual manera a los requerimientos del cliente o la propuesta de Eventivo hacia el mismo.

2) Grabar las actividades importantes del evento o campaña de publicidad BTL.

Todas las actividades que se deberán grabar el día del evento o servicio, todas estas actividades dependerán de la idea del video. Se deberá tomar en cuenta que este es un servicio adicional que da Eventivo por lo que debe ser realizado con el mismo grado de calidad que los demás servicios para que sea percibido como un valor agregado en el servicio por el cliente.

3) Editar las imágenes y video de acuerdo a los requerimientos del cliente.

Luego de que el creativo haya grabado todas las actividades necesarias para poder crear el video corporativo, el audiovisual editará todos estos videos y creará el video final el cual se le enviará al cliente.

3.2 DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Luego de haber identificado los procesos en cada cadena, se procedió a describir cada actividad por cada proceso. Las actividades por cada cadena son las siguientes:

3.2.1 Descripción de actividades de los procesos de la cadena de diseño

a) Actividades del proceso calificación de proveedores.

Cuadro N° 5: Actividades del proceso calificación de proveedores

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Necesidad de contratar un proveedor.	Levantar información acerca de proveedores con requisitos específicos para poder contratarlos en el momento necesario.	Jefe de cuentas	
2	Recepción de propuesta por parte del proveedor.	Se reciben varias propuestas de algunas empresas o personas que buscan proveer a Eventivo de bienes o servicios necesarios para realizar eventos o brindar servicios.	Jefe de cuentas	
3	El jefe de cuentas analiza la propuesta	Se analizan todas las propuestas recibidas de proveedores. De esta manera se filtran los proveedores que serán necesarios para cada evento o servicio de publicidad BTL.	jefe de cuentas	
4	¿Los productos y servicios que proveen son de calidad?	En el caso de que los productos y servicios sean de calidad, paso al punto 5 caso contrario al punto 11.	Jefe de cuentas	
5	¿Los precios del proveedor se ajustan a mi presupuesto?	En caso de que si se ajusten los precios al presupuesto, paso al punto 8 caso contrario al punto 6.	Jefe de cuentas	
6	Enviar solicitud de modificar los precios.	Se envía una solicitud al proveedor que ha cumplido con la calidad del servicio o producto para que modifique los precios y entre dentro del presupuesto.	Jefe de cuentas	
7	¿Acepta una solicitud de modificar los precios para que se ajusten al presupuesto?	En caso de que si acepten modificar los precios para que se ajuste al presupuesto, paso al punto 5 caso contrario pasa al punto 11.		
8	Se establecen tiempos para la entrega del producto o bien.	Se crean tiempos de entrega de acuerdo al producto o servicio que va a recibir por parte de cada proveedor.	Jefe de cuentas	
9	¿Los tiempos de los proveedores se ajustan a los solicitados?	En el caso de que los tiempos de los proveedores se ajusten a los solicitados, paso al punto 10, caso contrario paso al punto 11.		
10	Se escoge al proveedor.	Se acepta las propuestas de los proveedores que han cumplido con todos los requisitos de calidad, costos y tiempos establecidos por Eventivo.	Jefe de cuentas	Base de datos proveedores calificados.
11	Fin de proceso	Se termina el proceso de calificación de proveedores.		

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

b) Actividades del proceso definición del cronograma.

Cuadro N° 6: Actividades del proceso definición del cronograma

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Requerimiento del cliente	Recepción del requerimiento de los tiempos que necesita para el evento o servicio de publicidad BTL.	Ejecutivo de cuentas	
2	Análisis de tiempos por parte del ejecutivo de cuentas.	Se analiza todos los requerimientos enviados por el cliente para poder ajustar el tiempo de cada evento y realizar todo los requerimientos a proveedores con anticipación.	Ejecutivo de cuentas	
3	Creación del cronograma preliminar para el servicio que se dará al cliente.	En base al análisis realizado sobre los requerimientos del cliente se procede a crear un cronograma en donde se especifique en que tiempo y que fecha se va a realizar el servicio por parte de Eventivo.	Ejecutivo de cuentas	
4	¿Aceptó el cliente el cronograma?	En el caso de que el cliente no acepte el cronograma paso al punto 5, caso contrario al punto 9.	Ejecutivo de cuentas	
5	Análisis de costo y alcance.	Se realiza un análisis de costo y alcance de acuerdo a los tiempos arreglados por el cliente.	Ejecutivo de cuentas	
7	Creación de un nuevo cronograma	En base a los nuevos costos, el nuevo alcance y los tiempos específicos del cliente se crea un nuevo cronograma.	Ejecutivo de cuentas	
8	¿Acepta el nuevo cronograma?	Si acepta el nuevo cronograma paso al punto 9, caso contrario fin del proceso.	Ejecutivo de cuentas	
9	Se ajusta el tiempo y se valida el alcance y costo del evento o servicio.	Se realiza el último ajuste del cronograma según el evento o servicio para poder cumplir con todo lo establecido.	Ejecutivo de cuentas	

Fuente: Investigación Realizada**Elaborado por:** Jonathan Ordóñez

3.2.2 Descripción de actividades de los procesos de la cadena de Servicio

- a) Actividades del proceso canales de comunicación con el cliente durante el evento.

Cuadro N° 7: Actividades del proceso canales de comunicación con el cliente durante el evento

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Aprobación del cronograma del evento o servicio por parte del cliente.	El cliente aprobará el cronograma preliminar del evento o servicio realizado por Eventivo.		
2	Contratación del supervisor	Mediante otro sub proceso, el de contratación de personal, se deberá nombrar a un supervisor de los colaboradores de la compañía o externo.	Gerencia	
3	Ejecución del evento	El evento se realizará según lo planificado en el cronograma		
4	¿Hay algún inconveniente en el evento o servicios?	Si existe algún inconveniente en el evento o servicio, pasamos al punto 5, caso contrario al punto 10.		
5	Informar al jefe de cuentas de encargado.	El supervisor deberá informar al jefe de cuentas sobre cualquier inconveniente para poder tomar acciones correctivas.	Supervisor	
6	Comunicación de novedades y posibles soluciones al cliente	El jefe de cuentas comunicará al cliente sobre los inconvenientes presentados en el evento o servicio.	Jefe de cuentas	
7	¿El cliente acepta solución?	Si el cliente acepta pasamos al punto 9, caso contrario al punto 8.		
8	Reconocimiento de costos	Eventivo reconocerá los costos que se generan por el inconveniente, más no el cliente.	Gerente General	
9	Ajuste de costos	Se deberá ajustar los costos del evento o servicio.	Jefe de cuentas	
10	Creación del informe final	Crear el informe final para enviar al cliente.	Jefe de cuentas	

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

b) Encuesta de satisfacción al cliente.

Cuadro N° 8: Encuesta de satisfacción al cliente

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Ejecutar el evento y/o diseño de Publicidad BTL.	Cualquier servicio brindado por Eventivo a sus clientes.	Equipo Eventivo	
2	Realizar la encuesta al cliente.	En cuanto termine cualquier evento o servicio por Eventivo, el ejecutivo de cuentas realizará la encuesta de satisfacción al cliente.	Ejecutivo de cuentas	
3	¿Existen inconformidades ?	En el caso de que si existan inconformidades pasamos al punto 4, caso contrario al punto 7.		
4	Entrevista con el cliente.	Se deberá mantener una entrevista con el cliente que no estuvo conforme con el servicio brindado por Eventivo.	Jefe de cuentas	
5	Identificar causas	Luego de haber tenido una entrevista con el cliente no conforme, se deberán identificar las causas para que el cliente no haya quedado satisfecho.		
6	Acciones correctivas	Con las causas identificadas, se deberán tomar acciones correctivas y realizar mejoras en el servicio.	Jefe de cuentas/Gerencia	
7	Informe de observaciones para mejoras continuas.	De acuerdo a los resultados obtenidos con cada cliente, se deberá realizar un informe sobre las observaciones mediante las cuales se tomarán decisiones en cuanto a la mejora continua.	Jefe de cuentas/gerencia	

Fuente: Investigación Realizada**Elaborado por:** Jonathan Ordóñez

3.2.3 Descripción de actividades de los procesos de la cadena de Valor añadido

A. Bloque Diseño del evento

a) Actividades del proceso diseño del evento.

Cuadro N° 9: Actividades del proceso diseño del evento

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Necesidad de realizar un evento para un cliente	Captar oportunidades de realizar eventos para clientes actuales o potenciales.	Gerente General	
2	Reunirse con el cliente	Definir una cita con el cliente que desea recibir los servicios de Eventivo para realizar un evento.	Jefe de cuentas	
3	¿Es cliente nuestro o nuevo?	Si el cliente ya haya trabajado con Eventivo pasar al punto 4, caso contrario al punto 5		
4	¿Planea realizar el mismo evento de otras ocasiones?	Si el cliente desea realizar el mismo evento que en otras ocasiones ya lo hizo con Eventivo pasamos al punto 6, caso contrario al punto 5.		
5	Establecer metas y objetivos del evento.	Junto con el cliente se establecen los objetivos y las metas del evento para de esta manera encaminar todas las actividades a realizarse.	Jefe de cuentas	
6	Planificar el alcance y presupuesto necesario del evento.	Se deberá planificar que alcance y la calidad del evento priorizando el presupuesto que tiene el cliente para realizar el mismo.	Jefe de cuentas	
7	Planear las actividades que se realizarán en el evento.	Luego de haber establecido los objetivos y las metas del evento, se deberá idear todas las actividades a realizarse para poder cumplir conseguir los objetivos.	Ejecutivo de cuentas	
8	Planificar los recursos necesarios para el evento.	Luego de establecer las actividades se deberá planificar los recursos humanos y materiales necesarios para que todo el evento pueda ser realizado según lo planeado.	Jefe de cuentas	
9	Crear un cronograma del evento	Para finalizar se deberá crear un cronograma con fecha y hora para realizar el evento, tomando en cuenta los requerimientos del cliente.	Ejecutivo de cuentas	

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

b) Actividades del proceso diseño de campañas BTL.

Cuadro N° 10: Actividades del proceso diseño de campañas BTL

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Concretar con el cliente los objetivos de la campaña BTL	El jefe de cuentas se reúne con cada cliente para concretar los objetivos de la campaña.	Jefe de cuentas	
2	Diseñar y cotizar la campaña solicitada por el cliente.	Con los objetivos del cliente se diseña la campaña que pueda cumplir con los mismos.	Jefe de cuentas	
3	Presentación del diseño de la campaña BTL al cliente.	El jefe de cuentas se reúne nuevamente con el cliente para presentarle la propuesta de Eventivo de la campaña BTL.	Jefe de cuentas	
4	¿El cliente aprueba la campaña presentada?	Si el cliente acepta la campaña propuesta pasamos al punto 5, caso contrario al paso 2 y diseñar otra campaña para el cliente.		
5	Ejecución de la campaña.	Se ejecuta la campaña BTL para el cliente.		

Fuente: Investigación Realizada**Elaborado por:** Jonathan Ordóñez

B.Bloque operaciones.

1. Bloque operaciones de eventos.

a) Actividades del proceso ejecutar el evento.

Cuadro N° 11: Actividades del proceso ejecutar el evento

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Diseñar el evento	Proceso en el cual se diseña el evento de acuerdo a los requerimientos del cliente.	Jefe de cuentas / Ejecutivo de cuentas	
2	¿Se cuenta con todos los materiales necesarios para el evento?	Si Eventivo cuenta con los materiales necesarios para el evento planificado, pasamos al punto 4 caso contrario al punto 3.		
3	Comprar todos los materiales necesarios, según los requerimientos del evento	Teniendo en cuenta el diseño del proceso, se deberá adquirir los materiales planificados para poder realizar el evento.	Ejecutivo de cuentas	
4	Contratar el personal necesario para el evento.	De acuerdo a las necesidades que se tenga en el evento que se realizará Eventivo contratará (mediante servicios prestados) al personal necesario para conformar el Staff.	Gerente General	
5	Hacer todos los preparativos posibles para el evento.	Con un tiempo de anticipación se deberá realizar todos los preparativos y arreglos para realizar el evento, siempre y cuando sea necesario	Jefe de cuentas y Ejecutivo de cuentas	
6	Ejecutar el evento.	El evento se realizará según lo planificado por Eventivo y el cliente.	Staff, supervisor y ejecutivo de cuentas	
7	¿Existió algún inconveniente?	En el caso de que haya existido algún inconveniente pasamos al punto 8, caso contrario al punto 9		
8	Comunicar al cliente	Mediante el proceso de comunicación con el cliente, se deberá notificar de cualquier inconveniente y novedad al mismo.	Jefe de cuentas	
9	Realizar el informe final del evento	Luego de haber concluido el evento, se realizará el informe final en donde se detalle todo lo acontecido.	Jefe de cuentas	

Fuente: Investigación Realizada**Elaborado por:** Jonathan Ordóñez

2. Bloque operaciones de publicidad BTL.

- a) Actividades del proceso contratación de servicios específicos a proveedores.

Cuadro N° 12: Actividades del proceso contratación de servicios específicos a proveedores

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Necesidad de contratar un proveedor específico para servicios BTL.	Necesidad de Evento de contratar un servicio específico.	Coordinador de los servicios de publicidad BTL.	
2	Selección y calificación de proveedores de servicios específicos de BTL.	Mediante el proceso de selección y calificación de proveedores se seleccionará de la base de datos de proveedores aceptados por Evento en el proceso.	Ejecutivo de cuentas.	
3	Pedir cotización.	Luego de haber realizado la selección del proveedor necesario para poder realizar el pedido de los materiales, se solicitará al mismo una cotización de los materiales necesarios, priorizando: 1) Precio del producto o servicio 2) Tiempo de entrega 3) Calidad de materiales.	Ejecutivo de cuentas	
4	¿Entra la cotización dentro del presupuesto de Evento?	Si entra dentro del presupuesto paso al punto 5, caso contrario paso al punto 2 para seleccionar otro proveedor que si entre dentro del presupuesto	Ejecutivo de cuentas	
5	Contratación del servicio.	Se contrata al proveedor que cumpla con los requisitos específicos de Evento y que entre dentro del presupuesto.	Ejecutivo de cuentas	
6	Coordinar la fecha y hora del servicio.	Se coordina la fecha y la hora en la que el proveedor deberá proveer a Evento del servicio solicitado.	Ejecutivo de cuentas	
7	¿Necesitan materiales?	Si necesitan materiales específicos pasamos al punto 8, caso contrario paso al punto 9.		
8	Entregar materiales necesarios.	Entregar todos los materiales que el proveedor necesite para poder brindar el servicio.	Ejecutivo de cuentas	
9	Pago a proveedores	Se cancela el valor del producto o servicio al proveedor contratado.		
10	Archivar de factura.	Las facturas entregadas por el proveedor deberán ser archivadas ordenadamente.	Contador	

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

b) Actividades del proceso de contratación del personal necesario.

Cuadro N° 13: Actividades del proceso de contratación del personal necesario

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Necesidad de contratar personal para un evento o servicio.	En cada evento será necesario, de acuerdo a los requerimientos del cliente contratar a cierto número de personas que formarán parte del Staff del evento o servicio.	Gerente General	
2	Crear el perfil para el puesto requerido en cada evento o servicio.	De acuerdo a cada evento, Eventivo deberá crear un perfil del puesto que necesita para conformar el Staff.	Jefe de cuentas y Gerente General	
3	Recepción de hoja de vida de postulantes para el puesto.	Se recibirá hojas de vida de los postulantes a un puesto en el Staff del evento.	Coordinación y producción	
4	Archivar.	Se debe archivar las hojas de vida de cada postulante para futuras contrataciones en eventos similares.		
5	Entrevista con el gerente de la empresa.	El gerente de Eventivo, debe entrevistar a cada postulante para de acuerdo a eso escoger quien ingresará.	Gerente General	
6	¿El candidato es apto para entrar en el staff?	En caso de que el candidato sea apto, pasamos al punto 7, caso contrario se termina el proceso.		
7	Contratación del personal.	Se contratará (Bajo contratación de servicios prestados) a los trabajadores del Staff.	Gerente General	
8	Capacitación sobre las actividades que realizará en el evento o servicio.	De acuerdo al evento para el cual fueron contratados, se deberá capacitarles a todos los que forman parte del Staff.	Jefe de cuentas y coordinación y producción	

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

c) Actividades del proceso de compra de materiales necesarios.

Cuadro N° 14: Actividades del proceso de compra de materiales necesarios

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Requerimiento de materiales por parte del coordinador del servicio de publicidad BTL.	El coordinador del servicio de publicidad BTL enviará el requerimiento de materiales que serán utilizados. La solicitud será de acuerdo a cada uno de los servicios específicos contratados por cada cliente.	Coordinador de los servicios de publicidad BTL.	
2	Selección y calificación de proveedores.	Mediante el proceso de selección y calificación de proveedores se seleccionará los datos de la base de datos de proveedores aceptados por Eventivo en el proceso.	Ejecutivo de cuentas	
3	Solicitar cotización	Luego de haber realizado la selección del proveedor necesario para poder realizar el pedido de los materiales, se solicitará al mismo una cotización de los materiales necesarios, priorizando: 1) Precio del producto 2) Tiempos de entrega. 3) Calidad del material.	Ejecutivo de cuentas	
4	¿Entra la cotización dentro del presupuesto de Eventivo?	Si Eventivo puede pagar los materiales del proveedor aceptado pasamos al punto 5, caso contrario al punto 2.	Ejecutivo de cuentas	
5	Compra de materiales	Luego de haber aceptado la cotización del proveedor, se deberá realizar la compra de los materiales necesarios.	Ejecutivo de cuentas	
6	Pago de proveedores	Se procede a pagar por los materiales obtenidos.	Contador	
7	Archivo de factura	Las facturas entregadas por el proveedor deberán ser archivadas ordenadamente.	Contador	

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

3. Bloque de audiovisual y creativo.

a) Actividades del proceso diseño de videos corporativos.

Cuadro N° 15: Actividades del proceso diseño de videos corporativos

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Necesidad de crear un video corporativo para un cliente.	Necesidad del cliente de tener el evento o servicio de publicidad BTL grabado en un video corporativo.		
2	Crear el guión o idea del video corporativo.	El creativo propondrá varias ideas de cómo se realizará el video del servicio.	Creativo	
3	Grabar las actividades importantes del evento o campaña publicidad BTL.	El ejecutivo audiovisual deberá grabar todo lo necesario para poder cumplir con la idea del video corporativo.	Ejecutivo Audiovisual	
4	Editar las imágenes y videos de acuerdo a los requerimientos del cliente.	El ejecutivo audiovisual editará las imágenes y videos del evento o servicio y creará un video corporativo para el cliente	Ejecutivo Audiovisual	
5	¿El video cumple con todos los requerimientos del cliente?	Si el video cumple con los requerimientos del cliente, pasamos al punto 6, caso contrario al punto 4.		
6	Entregar el video al cliente.	Cuando el video esté finalizado, se procederá a enviar al cliente como parte del servicio general.	Ejecutivo Audiovisual	

Fuente: Investigación Realizada**Elaborado por:** Jonathan Ordóñez

3.3 INDICADORES

3.3.1 Indicadores de los procesos de la cadena de diseño

Cuadro N° 16: Matriz de Indicadores Identificados en la Cadena de Valor de la Empresa Eventivo S.A.

Matriz de Indicadores Identificados en la Cadena de Valor de la Empresa Eventivo S.A.					
N°	Indicador	Fórmula	Frecuencia	Objetivo	Rango Adecuado
1	Efectividad de calificación	Proveedores recalificados / total de base de datos proveedores	Anual	Encontrar cuantos proveedores fueron recalificados en el proceso.	20 - 30 proveedores
2	Cronogramas cumplidos	Número de cronogramas cumplidos a tiempo / total de cronogramas planificados	Por proyecto	Saber cuantos eventos del total que se realiza se cumplen cien por ciento según lo acordado en el diseño del mismo.	3 eventos con eventualidades.
3	Errores en eventos	Costos adicionales no cubiertos / Total de ventas.	Mensual	Conocer cuanto se incurre en costos al momento de cometer un error en cualquier servicio realizado.	5% del costo total.
4	Satisfacción del cliente.	Total calificaciones de clientes / total de calificaciones posibles.	Cada servicio realizado	Conocer el porcentaje de satisfacción del cliente sobre nuestros servicios.	80% de satisfacción de los clientes.
5	Días de cuentas por pagar proveedores específicos.	Cuentas por pagar proveedores específicos / compras proveedores	Mensual	La cantidad de días que Eventivo se demora en pagar a un proveedor	15 días promedio

N°	Indicador	Fórmula	Frecuencia	Objetivo	Rango Adecuado
		específicos * 360		desde que se contrata un servicio.	
6	Trabajadores aptos.	Cantidad de trabajadores aptos para el puesto / total de trabajadores contratados.	Cada contratación.	Conocer la eficacia del proceso de contratación.	90% de los trabajadores contratados.
7	Campañas BTL aceptadas.	Clientes que aceptan la campaña / Total de campañas diseñadas.	En cada diseño de campaña BTL para un cliente.	Saber cuantos clientes quedaron conformes con la campaña diseñada por Eventivo.	90% de las campañas diseñadas.
8	Total de videos corporativos solicitados.	Cantidad de videos aceptados por el cliente / Total de videos ofrecidos.	Para cada cliente	Conocer que cantidad de clientes prefieren tener un video corporativo como parte complementario de cualquier servicio brindado por Eventivo.	50% de todos los servicios.
9	Eventos realizados.	Número de eventos realizados conforme lo planeado / total de eventos realizados.	Cada evento	Conocer que eficacia tiene el proceso de diseño de un evento.	90% de los eventos realizados.
10	Eventos ejecutados a tiempo.	Eventos cumplidos con lo planificado / total de eventos realizados.	Cada evento	Conocer que eficacia tiene el proceso de ejecución de un evento.	90% de los eventos realizados.
11	Días de pagar a un proveedor	Cuentas por pagar proveedores / compras*360	Mensual	La cantidad de días que Eventivo se demora en pagar a un proveedor desde que se compra un material.	15 días promedio

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

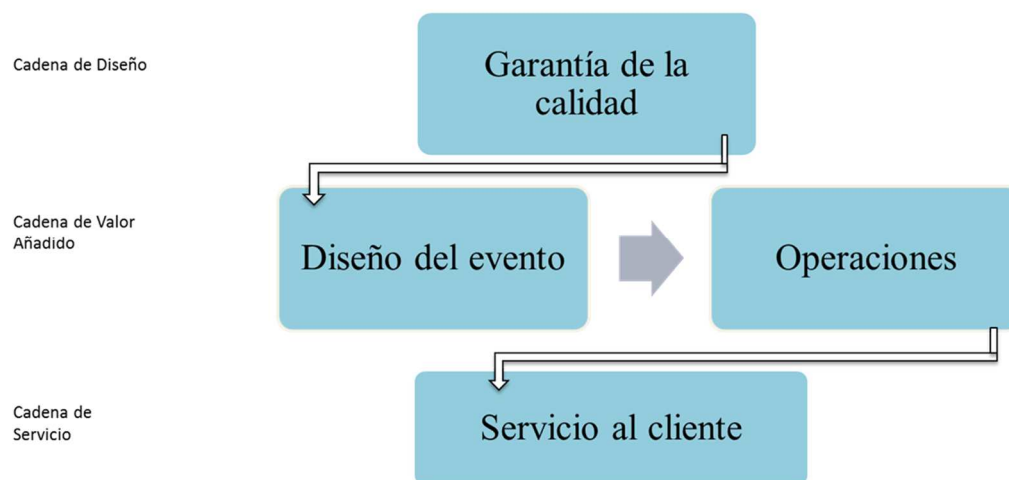
4 PROPUESTA DE MEJORAMIENTO Y ESTANDARIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE LA EMPRESA EVENTIVO

4.1 IDENTIFICACIÓN DE MEJORA

4.1.1 Definición de la Cadena de Valor Inicial

Inicialmente la cadena de valor de la empresa Eventivo fue:

Gráfico N° 19: Cadena de valor de la empresa Eventivo



Fuente: Investigación Realizada
Elaborado por: Jonathan Ordóñez

Esta cadena de valor se levantó inicialmente en la empresa Eventivo para de esta manera encontrar los procesos que a pesar de no haber sido levantados ya se los realizaba. La cadena de valor inicial de Eventivo consta de tres sub cadenas que

engloban a todos los procesos existentes y a estas tres sub cadenas se identificaron en cada uno los bloques existentes, los cuales son los que de acuerdo a su categoría contienen los procesos de la empresa. Cada subcadena tiene una meta, la cadena de diseño contiene todos los bloques en los que pueden existir procesos que ayuden a la empresa a diseñar sus productos o servicios. El diseño de un producto o servicio es muy importante al momento de brindar un evento o servicio especializado y dirigido para cada cliente según sus especificaciones.

La cadena de servicio es la que contiene los bloques en los que los procesos van dirigidos al servicio que da la empresa al cliente. Esta cadena es muy importante ya que es por el medio de estos procesos por los que la empresa crea la fidelidad del cliente con la marca y el servicio, es por esto que todos los procesos en esta cadena buscan mejorar el servicio al cliente.

Por ultimo tenemos la cadena de valor añadido, es la que por lo general engloba muchos mas procesos, ya que es aquí donde se genera el bien o servicio los cuales son la razón de ser de la compañía. Todos estos procesos deben tener un output que genere un valor extra al cliente, tanto interno como externo.

4.2 RESUMEN DE LA CADENA MEJORADA

Luego de haber realizado todo el levantamiento de la información en la empresa Eventivo. Mediante la cual se pudo encontrar: La promesa de la compañía hacia el

cliente, la cadena de diseño, valor añadido y servicio, los bloques que las conforman y los procesos involucrados.

Se propone la creación de un nuevo bloque en la cadena de diseño, el cual involucrará la investigación y desarrollo de eventos, servicios BTL, servicios audiovisuales y nuevos servicios.

Este nuevo bloque es importante ya que el cambio constante del entorno en el que se maneja la empresa Eventivo, obligará a la empresa a tener servicios que se mantengan en constante cambio para de esta manera adaptarse. Es por eso que si la compañía realiza un proceso de investigación y desarrollo se le hará mas fácil captar oportunidades de negocio y ventas.

El bloque propuesto es el siguiente:

Gráfico N° 20: Bloque investigación y desarrollo

BLOQUE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

Objetivo: Garantizar la creación de eventos y servicios vanguardistas y desarrollar nuevos servicios

Procesos

1. Investigación y desarrollo

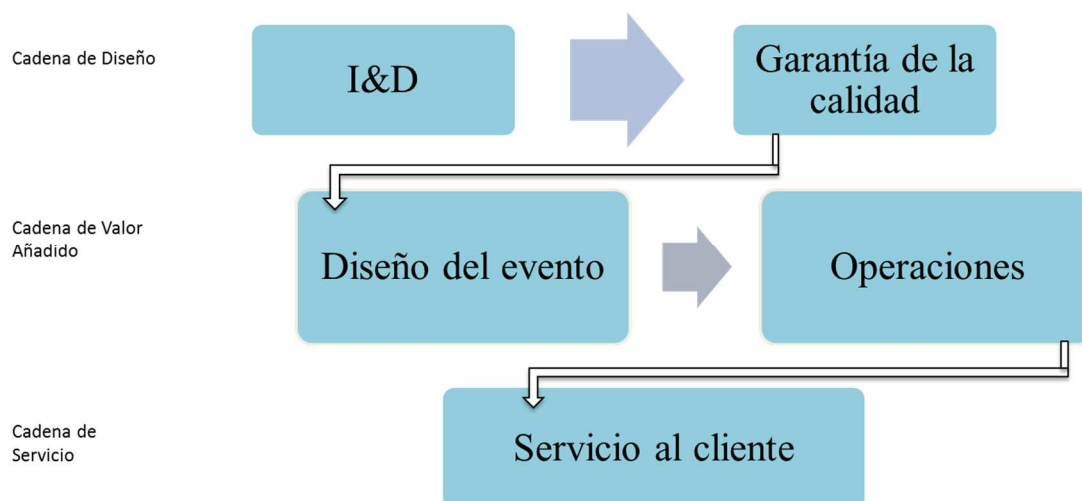
Responsable: Jefe de cuentas

Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

En el caso de que el bloque de Investigación y desarrollo propuesto se implementará en la empresa, la nueva SAN de eventivo sería:

Gráfico N° 21: Bloque de Investigación y desarrollo propuesto



Fuente: Investigación Realizada

Elaborado por: Jonathan Ordóñez

Como se puede observar la integración del bloque de investigación y desarrollo se da en la cadena de diseño, ya que mediante este proceso especial se podrá diseñar, mejorar y actualizar los eventos y servicios brindados por Eventivo y llegar de esta manera a ser mucho mas competitivo en el mercado.

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

El objetivo de la tesis es crear un manual de procesos mediante el cual se determinen las actividades que se deben realizar dentro de Eventivo, que actividades son necesarias implementar o modificar para que se cumplan los objetivos planteados por la empresa.

Un aspecto importante para tomar en cuenta es que el manual de procesos debe ser modificado de acuerdo a las necesidades, esto con el fin de modificar actividades que con el paso del tiempo pueden ser mejoradas y así conseguir efectividad en las operaciones de la empresa.

Mediante la realización de este trabajo de titulación se consiguió levantar por primera vez la promesa que Eventivo ofrece a todos sus clientes, y de esta manera guiar todos los procesos levantados para cumplir con dicha promesa.

También se logró determinar actividades específicas que debe realizar cada integrante del organigrama estructural, consiguiendo que se dupliquen actividades y que se generen cuellos de botella en las operaciones de la empresa.

Se levantaron indicadores para cada proceso, los cuales nos servirán para determinar cuando algún proceso no esta gestionándose de manera correcta y no genera los resultados esperados.

Se pudo concluir que muchas de las actividades encontradas gracias a los flujos de los procesos, son realizadas por los ejecutivos de cuentas y jefes de cuentas.

En el trabajo de titulación se empezó por levantar los procesos gobernantes de la empresa ya pero la misma no contaba con toda la información suficiente para poder concluir con los procedimientos.

Los procesos de apoyo tampoco fueron identificados ya que estos no generaba valor en el servicio de Eventivo y por tal motivo solo se identificaron los procesos que si generan.

5.2 RECOMENDACIONES

Se recomienda tener el manual de procesos actualizado cada que se vea necesario dar un cambio en las operaciones y mantener un mejoramiento continuo en la compañía.

De igual manera se recomienda que se realice auditorías e procesos cada año para que de esta manera se puedan solucionar problemas o mejorar actividades mediante acciones correctivas o preventivas.

Se debe difundir al personal en todas las áreas el manual de procesos, haciendo énfasis en sus responsabilidades para que así puedan aprovechar todas las ventajas que da tener un manual de procesos en la empresa.

Se recomienda una división de funciones para que de esta manera no se centralizan la mayoría de las actividades de la empresa en el ejecutivo de cuentas, evitando así posibles errores o fallos en los tiempos ofrecidos al cliente.

Se recomienda en un futuro, que Eventivo realiza el levantamiento tanto de los procesos gobernantes como de los de apoyo, para de esta manera generar un manual de procesos mejorado.


REFERENCIAS

1. Berzal, F. (s.f.). *El Lenguaje Unificado de Modelado*. Obtenido de <http://pwp.etb.net.co/witorres/poo/3E-UML.pdf>
2. Cianfrani, C. (2009). *ISO 9001:2008 comentada*. Madrid, España: Edita AENOR.
3. Daza, C. (2013). *Fundamentos de Administración de operaciones*. Quito.
4. E.Biasca, R. (2004). *¿Somos Competitivos? Análisis estratégico para crear valor*.
5. Fernández, M. A. (2003). *El Control, Fundamento de la Gestión por procesos Y la calidad total*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
6. Frances, A. (2006). *Estrategia y Planes para la empresa con el cuadro de mando integral*. Naucalpan de Juárez: Prentice Hall.
7. Gutiérrez, H. (2008). *Análisis y diseño de experimentos*. México D.F., México: Mc Graw Hill.
8. Gutiérrez, H. (2009). *Control estadístico de calidad y Seis Sigma*. México D.F., México: Mc Graw Hill.
9. Gutiérrez, H. (2010). *Calidad total y productividad*. México D.F., México: Mc Graw Hill.
10. Henry Mintzberg, J. B. (1997). *El proceso estratégico: Conceptos, contextos y casos*. Mexico: Prentice Hall Inc.
11. Idrobo, P. (2011). *Administración de Operaciones*. Quito.
12. Pérez, M. R. (Octubre de 2007). *Scielo*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352007001000003
13. Prieto, H. (2009). *Proyectos enfoque gerencial*. Bogotá D.C., Colombia: Ecoe Ediciones.
14. Prieto, J. (2011). *Gestión estratégica organizacional*. Bogotá D.C., Colombia: Ecoe Ediciones.
15. Richard. (2009). *Administración de operaciones producción y cadena de suministros*. México D.F., México: Mc Graw Hill.
16. Richard. (2010). *Administración de la producción y operaciones para una ventaja competitiva*. México D.F., México: Mc Graw Hill.

17. Riverola, J. (s.f.). *Report Preliminar Programa de Continuidad “Supply Chain Management”*. Obtenido de [http://logmgt.nkmu.edu.tw/news/articles/DO%20II.%20Supply%20Chain%20Management%20\(IESE\).pdf](http://logmgt.nkmu.edu.tw/news/articles/DO%20II.%20Supply%20Chain%20Management%20(IESE).pdf)
18. Schroeder, R. (2011). *Administración de operaciones. Conceptos y casos contemporáneos*.
19. Velasco, J. A. (2009). *Gestión por procesos*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

ANEXOS

Anexo 1: Manual de Procesos de la Empresa Eventivo

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-CAL-001 Versión: 001 Hoja: 1 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 22/11/2014	Fecha: 24/11/2014	Fecha: 24/11/2014

PROCEDIMIENTO DE CALIFICACIÓN DE LOS PROVEEDORES

1.- OBJETIVO

Calificar proveedores que cumplan con todos los requerimientos de Eventivo, principalmente tiempos de entrega a costos competitivos.

2- ALCANCE

Aplica a todas las propuestas de proveedores.

3- DEFINICIONES

Proveedor Actual. Persona o empresa que provee o abastece de insumos necesarios a otra persona o empresa.

Proveedor potencial. Todas las personas o empresas que no presta ningún servicio o provee de algún material a la empresa Eventivo, pero que puede ser evaluada para llegar a convertirse en un proveedor.

Propuesta proveedores. Todas las propuestas recibidas de empresa o personas que deseen proveer a la empresa.


Material. Es un bien que se utilizará para prestar un servicio.

Servicios prestados por proveedores. Se refiere a los servicios que Eventivo necesitará contratar en casos especiales para poder complementar sus eventos o servicios de publicidad BTL.

Precios alcanzables. Se refieren a los precios máximos que la compañía está dispuesta a pagar por un material o un servicio que se adquiera de terceros.

Cronogramas. Calendario de trabajo o actividades.


Tiempos límites. Tiempos de entrega máximos de materiales o servicios requeridos por la compañía dependiendo de cada evento o servicio de publicidad BTL.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-CAL-001 Versión: 001 Hoja: 2 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 22/11/2014	Fecha: 24/11/2014	Fecha: 24/11/2014

PROCEDIMIENTO DE CALIFICACIÓN DE LOS PROVEEDORES

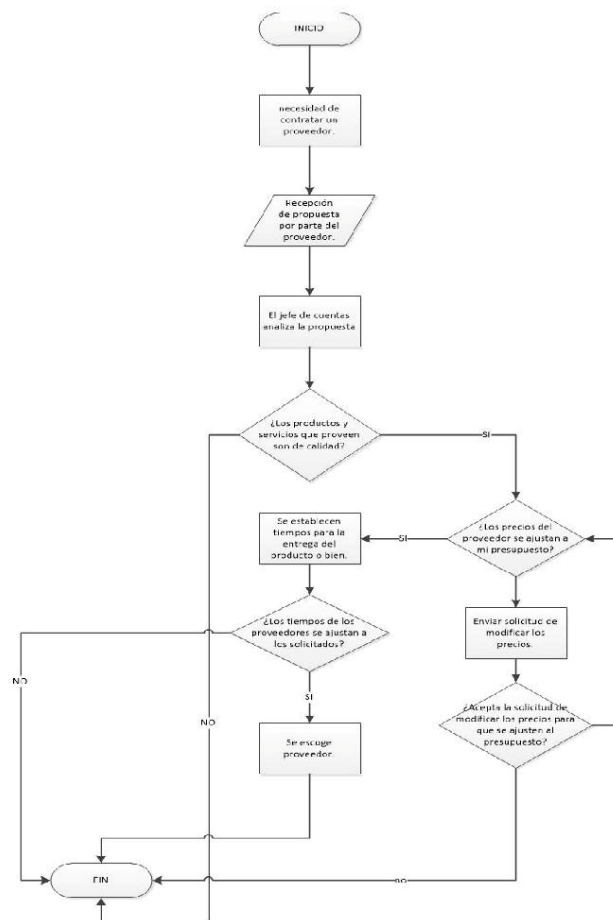
4- RESPONSABILIDADES


Cargo	Área	Responsabilidad
Gerente General	Administrativa	Aprobar todos los proveedores que pasaron el proceso de calificación.
Jefe de cuentas	Administrativo	Examinar y analizar las propuestas de todos los proveedores para Eventivo, y de esta manera conocer si cumplen con todos los requisitos necesarios para poder proveer de materiales o servicios a Eventivo.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-CAL-001 Versión: 001 Hoja: 3 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 22/11/2014	Fecha: 24/11/2014	Fecha: 24/11/2014

PROCEDIMIENTO DE CALIFICACIÓN DE LOS PROVEEDORES

5- FLUJOGRAMA




	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-CAL-001 Versión: 001 Hoja: 4 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 22/11/2014	Fecha: 24/11/2014	Fecha: 24/11/2014

PROCEDIMIENTO DE CALIFICACIÓN DE LOS PROVEEDORES


6- METODOLOGÍA

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Necesidad de contratar un proveedor.	Levantar información acerca de proveedores con requisitos específicos para poder contratarlos en el momento necesario.	Jefe de cuentas	
2	Recepción de propuesta por parte del proveedor.	Se reciben varias propuestas de algunas empresas o personas que buscan proveer a Eventivo de bienes o servicios necesarios para realizar eventos o brindar servicios.	Jefe de cuentas	
3	El jefe de cuentas analiza la propuesta	Se analizan todas las propuestas recibidas de proveedores. De esta manera se filtran los proveedores que serán necesarios para cada evento o servicio de publicidad BTL.	jefe de cuentas	
4	¿Los productos y servicios que proveen son de calidad?	En el caso de que los productos y servicios sean de calidad, paso al punto 5 caso contrario al punto 11.	Jefe de cuentas	
5	¿Los precios del proveedor se ajustan a mi presupuesto?	En caso de que si se ajusten los precios al presupuesto, paso al punto 8 caso contrario al punto 6.	Jefe de cuentas	
6	Enviar solicitud de modificar los precios.	Se envía una solicitud al proveedor que ha cumplido con la calidad del servicio o	Jefe de cuentas	

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-CAL-001 Versión: 001 Hoja: 5 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 22/11/2014	Fecha: 24/11/2014	Fecha: 24/11/2014

PROCEDIMIENTO DE CALIFICACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
		producto para que modifique los precios y entre dentro del presupuesto.		
7	¿Acepta una solicitud de modificar los precios para que se ajusten al presupuesto?	En caso de que si acepten modificar los precios para que se ajuste al presupuesto, paso al punto 5 caso contrario pasa al punto 11.		
8	Se establecen tiempos para la entrega del producto o bien.	Se crean tiempos de entrega de acuerdo al producto o servicio que va a recibir por parte de cada proveedor.	Jefe de cuentas	
9	¿Los tiempos de los proveedores se ajustan a los solicitados?	En el caso de que los tiempos de los proveedores se ajusten a los solicitados, paso al punto 10, caso contrario paso al punto 11.		
10	Se escoge al proveedor.	Se acepta las propuestas de los proveedores que han cumplido con todos los requisitos de calidad, costos y tiempos establecidos por Eventivo.	Jefe de cuentas	Base de datos proveedores calificados.
11	Fin de proceso	Se termina el proceso de calificación de proveedores.		

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-CAL-001 Versión: 001 Hoja: 6 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 22/11/2014	Fecha: 24/11/2014	Fecha: 24/11/2014

PROCEDIMIENTO DE CALIFICACIÓN DE LOS PROVEEDORES

7- ANEXOS


Nombre	Código	Criterio de almacenamiento	Responsable	Versión
Base de datos de proveedores.	CAL-001-001	Servidor compañía carpeta administrativa	Jefe de cuentas	001

8- OBSERVACIONES

1) Cuando un proveedor no cumple con los requisitos del procedimiento de calificación de proveedores, se procederá a analizarle nuevamente para determinar si puede seguir formando parte de la base de proveedores de Eventivo.

9- INDICADORES

Nombre	Fórmula	Frecuencia
Efectividad de calificación.	Proveedores recalificados/ total de base de datos proveedores.	Anual.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código:EVO-CAL-002 Versión:001 Hoja: 1 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez		Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 30/11/2014		Fecha: 03/12/2014

PROCEDIMIENTO DEFINICIÓN DE CRONOGRAMA

1.-OBJETIVO

Asegurar los tiempos de entrega al cliente, los costos y el alcance de cada servicio y evento realizado por Eventivo.

2- ALCANCE

Aplica a todos los eventos, productos y servicios prestados por Eventivo.

3- DEFINICIONES


Cronograma._ Calendario de trabajo o actividades.

Análisis de tiempos._ Estudio de la posibilidad de realizar el evento en los tiempos propuestos por un cliente, sin afectar el alcance del servicio ni el costo del mismo.

Cronograma Preliminar._ Cronograma inicial que está sujeto a cambios dependiendo de las necesidades del cliente.

Publicidad BTL._ Serie de técnicas y prácticas publicitarias que intentan crear nuevos canales de comunicación entre la marca y el consumidor.


BTL._ (Below the Line / debajo de la línea) hacen referencia a las prácticas no masivas de comunicación dirigidas a segmentos específicos del mercado.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código:EVO-CAL-002 Versión:001 Hoja: 2 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 30/11/2014	Fecha: 03/12/2014	Fecha: 03/12/2014

PROCEDIMIENTO DEFINICIÓN DE CRONOGRAMA

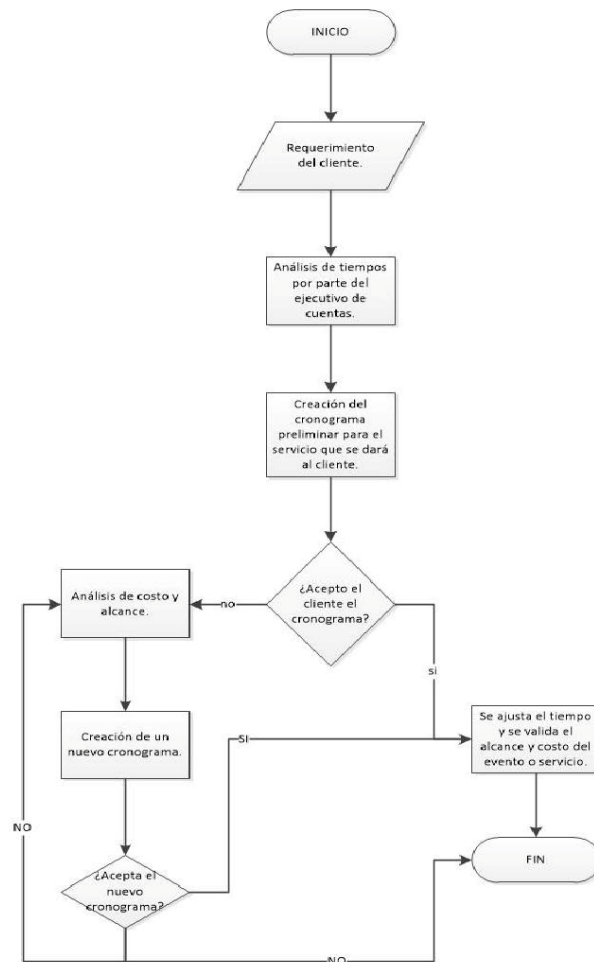
4- RESPONSABILIDADES


Cargo	Área	Responsabilidad
Gerente General	Administrativo	Encargado de aceptar los tiempos propuestos por el ejecutivo de cuentas.
Ejecutivo de cuentas	Administrativo	Construir cronogramas específicos de los servicios para cada cliente.
Jefe de cuentas	Administrativo	Analizar el costo y el alcance al momento de modificar un cronograma dependiendo de la solicitud del cliente.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código:EVO-CAL-002 Versión:001 Hoja: 3 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 30/11/2014	Fecha: 03/12/2014	Fecha: 03/12/2014

PROCEDIMIENTO DEFINICIÓN DE CRONOGRAMA

5- FLUJOGRAMA




	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código:EVO-CAL-002 Versión:001 Hoja: 4 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 30/11/2014	Fecha: 03/12/2014	Fecha: 03/12/2014

PROCEDIMIENTO DEFINICIÓN DE CRONOGRAMA

6- METODOLOGÍA

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Requerimiento del cliente	Recepción del requerimiento de los tiempos que necesita para el evento o servicio de publicidad BTL.	Ejecutivo de cuentas	
2	Análisis de tiempos por parte del ejecutivo de cuentas.	Se analiza todos los requerimientos enviados por el cliente para poder ajustar el tiempo de cada evento y realizar todo los requerimientos a proveedores con anticipación.	Ejecutivo de cuentas	
3	Creación del cronograma preliminar para el servicio que se dará al cliente.	En base al análisis realizado sobre los requerimientos del cliente se procede a crear un cronograma en donde se especifique en que tiempo y que fecha se va a realizar el servicio por parte de Eventivo.	Ejecutivo de cuentas	
4	¿Aceptó el cliente el cronograma?	En el caso de que el cliente no acepte el cronograma paso al punto 5, caso contrario al punto 9.	Ejecutivo de cuentas	
5	Análisis de costo y alcance.	Se realiza un análisis de costo y alcance de acuerdo a los tiempos arreglados por el cliente.	Ejecutivo de cuentas	


	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código:EVO-CAL-002 Versión:001 Hoja: 5 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 30/11/2014	Fecha: 03/12/2014	Fecha: 03/12/2014

PROCEDIMIENTO DEFINICIÓN DE CRONOGRAMA

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
7	Creación de un nuevo cronograma	En base a los nuevos costos, el nuevo alcance y los tiempos específicos del cliente se crea un nuevo cronograma.	Ejecutivo de cuentas	
8	¿Acepta el nuevo cronograma?	Si acepta el nuevo cronograma paso al punto 9, caso contrario fin del proceso.	Ejecutivo de cuentas	
9	Se ajusta el tiempo y se valida el alcance y costo del evento o servicio.	Se realiza el último ajuste del cronograma según el evento o servicio para poder cumplir con todo lo establecido.	Ejecutivo de cuentas	

7- ANEXOS

Nombre	Código	Criterio de almacenamiento	Responsable	Versión
Cronograma del servicio	CAL-002-001	Archivos empresa	Ejecutivo de cuentas	001

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código:EVO-CAL-002 Versión:001 Hoja: 6 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 30/11/2014	Fecha: 03/12/2014	Fecha: 03/12/2014


PROCEDIMIENTO DEFINICIÓN DE CRONOGRAMA

8- OBSERVACIONES

- 1) Los cronogramas deben ser realizados en todos los servicios que presta Eventivo, tanto para eventos como para servicios de publicidad BTL.
- 2) Se deberán ajustar en gran medida a lo solicitado por el cliente, inclusive en fines de semana y días feriados.
- 3) En todos los casos de creación de cronogramas se analizarán los costos y el alcance de cada evento y servicio.

9- INDICADORES

Nombre	Fórmula	Frecuencia
Cronogramas cumplidos	Numero de cronogramas cumplidos a tiempo/ Total de cronogramas planificados	Por proyecto

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-001 Versión: 001 Hoja: 1 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 20/01/2015	Fecha: 22/01/2015	Fecha: 22/01/2015

PROCEDIMIENTO CONTRATACIÓN DE SERVICIOS ESPECÍFICOS A PROVEEDORES

1.- OBJETIVO

Contratar servicios específicos para eventos o servicios de publicidad BTL y garantizar la calidad de los materiales adquiridos por Eventivo.

2- ALCANCE

Aplica para todos los servicios contratados.


3- DEFINICIONES

Servicios Específicos. Servicios necesarios para satisfacer al cliente en todos los requerimientos en el servicio BTL.

Cotización. Valor que se deberá cancelar a un proveedor para contratar su servicio, que es enviado con anticipación a su contratación.

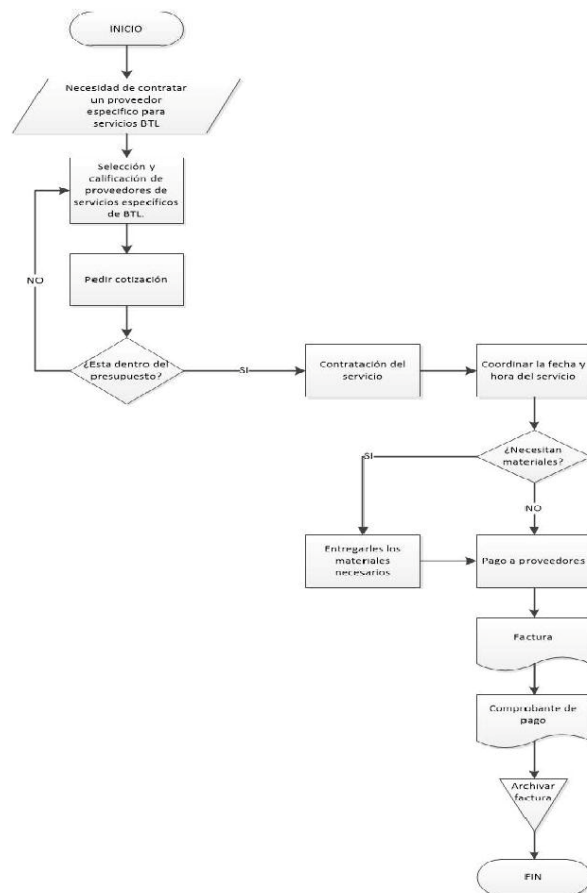
4- RESPONSABILIDADES


Cargo	Área	Responsabilidad
Jefe de cuentas	Administrativa	Contratar los servicios para publicidad BTL.
Ejecutivo de Cuentas	Administrativa	Seleccionar a un proveedor de la base de datos existente para analizar sus costos y poder contratar sus servicios.
Ejecutivo de cuentas	Administrativa	Comprar todos los materiales que sean necesarios, según lo requiera el proveedor.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-001 Versión: 001 Hoja: 2 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 20/01/2015	Fecha: 22/01/2015	Fecha: 22/01/2015

PROCEDIMIENTO CONTRATACIÓN DE SERVICIOS ESPECÍFICOS A PROVEEDORES

5- FLUJOGRAMA




	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-001 Versión: 001 Hoja: 3 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 20/01/2015	Fecha: 22/01/2015	Fecha: 22/01/2015

**PROCEDIMIENTO CONTRATACIÓN DE SERVICIOS ESPECÍFICOS A
PROVEEDORES**


6- METODOLOGÍA

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Necesidad de contratar un proveedor específico para servicios BTL.	Necesidad de Eventivo de contratar un servicio específico.	Coordinador de los servicios de publicidad BTL.	
2	Selección y calificación de proveedores de servicios específicos de BTL.	Mediante el proceso de selección y calificación de proveedores se seleccionará de la base de datos de proveedores aceptados por Eventivo en el proceso.	Ejecutivo de cuentas.	
3	Pedir cotización.	Luego de haber realizado la selección del proveedor necesario para poder realizar el pedido de los materiales, se solicitará al mismo una cotización de los materiales necesarios, priorizando: 1) Precio del producto o servicio 2) Tiempo de entrega 3) Calidad de materiales.	Ejecutivo de cuentas	
4	¿Entra la cotización dentro del presupuesto de Eventivo?	Si entra dentro del presupuesto paso al punto 5, caso contrario paso al punto 2 para		

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-001 Versión: 001 Hoja: 4 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 20/01/2015	Fecha: 22/01/2015	Fecha: 22/01/2015

**PROCEDIMIENTO CONTRATACIÓN DE SERVICIOS ESPECÍFICOS A
PROVEEDORES**

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
		seleccionar otro proveedor que si entre dentro del presupuesto		
5	Contratación del servicio.	Se contrata al proveedor que cumpla con los requisitos específicos de Eventivo y que entre dentro del presupuesto.	Jefe de cuentas	
6	Coordinar la fecha y hora del servicio.	Se coordina la fecha y la hora en la que el proveedor deberá proveer a Eventivo del servicio solicitado.	Ejecutivo de cuentas	
7	¿Necesitan materiales?	Si necesitan materiales específicos pasamos al punto 8, caso contrario paso al punto 9.		
8	Entregar materiales necesarios.	Entregar todos los materiales que el proveedor necesite para poder brindar el servicio.	Ejecutivo de cuentas	
9	Pago a proveedores	Se cancela el valor del producto o servicio al proveedor contratado.		
10	Archivar de factura.	Las facturas entregadas por el proveedor deberán ser archivadas ordenadamente.	Contador	

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-001 Versión: 001 Hoja: 5 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 20/01/2015	Fecha: 22/01/2015	Fecha: 22/01/2015

PROCEDIMIENTO CONTRATACIÓN DE SERVICIOS ESPECÍFICOS A PROVEEDORES

7- ANEXOS


Nombre	Código	Criterio de almacenamiento	Responsable	Versión
Solicitud de contratar el servicio de BTL	VA-001-001	Servidor de la empresa, carpeta de proveedores.	Ejecutivo de cuentas	001

8-OBSERVACIONES

- 1) En caso que la cotización o los proveedores previamente calificados no entren en las necesidades de Eventivo, se debe buscar un nuevo proveedor, que debe cumplir con el procedimiento de calificación de proveedores.
- 2) Si definitivamente no se encuentra un proveedor con precios asequibles se deberá rechazar el evento antes que ejecutarlo.

9- INDICADORES

Nombre	Fórmula	Frecuencia
Días de cuentas por pagar proveedores específicos	$\frac{\text{Cuentas por pagar proveedores específicos}}{\text{Compras proveedores específicos}} \times 360$	Mensual

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-002 Versión:001 Hoja: 1 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 20/01/2015	Fecha: 22/01/2015	Fecha: 22/01/2015

PROCEDIMIENTO CONTRATACIÓN PERSONAL

1- OBJETIVO

Contratar el personal necesario para organizar el Staff necesario en cada evento o servicio de publicidad BTL.

2- ALCANCE

Aplica para todo el staff de servicios.


3- DEFINICIONES

Staff._ Grupo de trabajadores contratados para un evento o servicio específico brindado por Eventivo.

Perfil del puesto._ Es la recopilación de los requisitos y cualificaciones personales exigidos para el cumplimiento satisfactorio de las tareas de un empleado para cada proyecto.

Servicios prestados._ Contratación del personal exclusivamente para un evento y bajo la modalidad de servicios prestados, no bajo ningún contrato.


Personal apto._ Personas que cumplen con los requisitos del perfil elaborado por Eventivo, y con la experiencia necesaria.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-002 Versión:001 Hoja: 2 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 20/01/2015	Fecha: 22/01/2015	Fecha: 22/01/2015

PROCEDIMIENTO CONTRATACIÓN PERSONAL

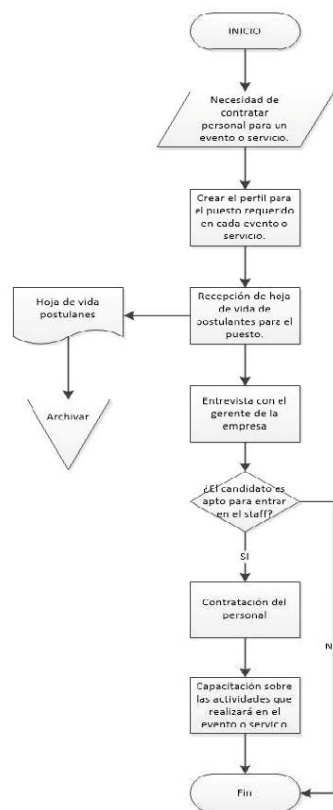
4- RESPONSABILIDADES


Cargo	Área	Responsabilidad
Gerente General	Administrativa	Crear el perfil del puesto necesario para cada evento dependiendo de las necesidades del mismo.
Gerente General	Administrativa	Entrevistar a los postulantes para conformar el Staff en cada evento o servicio.
Coordinación y producción	Publicidad BTL y Eventos	Contratar al personal necesario para realizar cada servicio específico solicitado por los clientes de Eventivo.
Jefe de cuentas	Administrativa	Encarga de capacitar al personal contratado de acuerdo al evento que se va a realizar o al servicio necesario.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-002 Versión:001 Hoja: 3 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 20/01/2015	Fecha: 22/01/2015	Fecha: 22/01/2015

PROCEDIMIENTO CONTRATACIÓN PERSONAL

5- FLUJOGRAMA




	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-002 Versión:001 Hoja: 4 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 20/01/2015	Fecha: 22/01/2015	Fecha: 22/01/2015

PROCEDIMIENTO CONTRATACIÓN PERSONAL


6- METODOLOGÍA

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Necesidad de contratar personal para un evento o servicio.	En cada evento será necesario, de acuerdo a los requerimientos del cliente contratar a cierto número de personas que formarán parte del Staff del evento o servicio.	Administración	
2	Crear el perfil para el puesto requerido en cada evento o servicio.	De acuerdo a cada evento, Eventivo deberá crear un perfil del puesto que necesita para conformar el Staff.	Jefe de cuentas y Gerente General	
3	Recepción de hoja de vida de postulantes para el puesto.	Se recibirá hojas de vida de los postulantes a un puesto en el Staff del evento.	Coordinación y producción	
4	Archivar.	Se debe archivar las hojas de vida de cada postulante para futuras contrataciones en eventos similares.		
5	Entrevista con el gerente de la empresa.	El gerente de Eventivo, debe entrevistar a cada postulante para de acuerdo a eso escoger quien ingresará.	Gerente General	
6	¿El candidato es apto para entrar en el staff?	En caso de que el candidato sea apto, pasamos al punto 7, caso contrario fin.		

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-002 Versión:001 Hoja: 5 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 20/01/2015	Fecha: 22/01/2015	Fecha: 22/01/2015

PROCEDIMIENTO CONTRATACIÓN PERSONAL

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
7	Contratación del personal.	Se contratará (Bajo contratación de servicios prestados) a los trabajadores del Staff.	Gerente General	
8	Capacitación sobre las actividades que realizará en el evento o servicio.	De acuerdo al evento para el cual fueron contratados, se deberá capacitarles a todos los que forman parte del Staff.	Jefe de cuentas y coordinación y producción	

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-002 Versión:001 Hoja: 6 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 20/01/2015	Fecha: 22/01/2015	Fecha: 22/01/2015

PROCEDIMIENTO CONTRATACIÓN PERSONAL

7- ANEXOS


Nombre	Código	Criterio de almacenamiento	Responsable	Versión
Hoja de vida de los postulantes	VA-002-001	Archivos empleados	Jefe de cuentas	001

8- OBSERVACIONES

- 1) La contratación del personal se realizará únicamente por contratación de servicios prestados, esto debido a que Eventivo solo necesita contratar gente extra para conformar el Staff en cada evento.

9- INDICADORES

Nombre	Fórmula	Frecuencia
Trabajadores Aptos	Cantidad de trabajadores aptos para el puesto/Total de trabajadores contratados	En cada contratación del personal

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-003 Versión: 001 Hoja: 1 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 18/01/2015	Fecha: 20/01/2015	Fecha: 20/01/2015

PROCEDIMIENTO DISEÑO DE CAMPAÑAS BTL

1.- OBJETIVO

Diseñar las mejores campañas de servicios BTL para los clientes

2- ALCANCE

Aplica a todos los servicios de BTL prestados por Eventivo para sus clientes.

3- DEFINICIONES


Objetivos de campaña._ Son los propósitos que tiene la empresa que contrata los servicios de publicidad BTL.

Diseño de campaña._ Ideas organizadas de manera coherente, mediante un concepto claro sobre un servicio completo de publicidad BTL.

Publicidad BTL._ Serie de técnicas y prácticas publicitarias que intentan crear nuevos canales de comunicación entre la marca y el consumidor.

BTL._ (Below the Line / debajo de la línea) hacen referencia a las prácticas no masivas de comunicación dirigidas a segmentos específicos del mercado.


Análisis de tiempos._ Estudio de la posibilidad de realizar el evento en los tiempos propuestos por un cliente, sin afectar el alcance del servicio ni el costo del mismo.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-003 Versión: 001 Hoja: 2 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 18/01/2015	Fecha: 20/01/2015	Fecha: 20/01/2015

PROCEDIMIENTO DISEÑO DE CAMPAÑAS BTL

4- RESPONSABILIDADES


Cargo	Área	Responsabilidad
Jefe de cuentas	Administrativa	Reunirse con cada cliente y establecer las condiciones y actividades solicitadas por el mismo.
Jefe de cuentas	Administrativa	Realizar la presentación del diseño de la campaña por parte de Eventivo al cliente.
Ejecutivo de cuentas	Administrativa	Realizar las cotizaciones preliminares para cada cliente.
Staff	Publicidad BTL	Ejecutar el evento según lo planeado y en los tiempos requerido y establecidos en los cronogramas.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-003 Versión: 001 Hoja: 3 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 18/01/2015	Fecha: 20/01/2015	Fecha: 20/01/2015

PROCEDIMIENTO DISEÑO DE CAMPAÑAS BTL

5- FLUJOGRAMA




	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-003 Versión: 001 Hoja: 4 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 18/01/2015	Fecha: 20/01/2015	Fecha: 20/01/2015

PROCEDIMIENTO DISEÑO DE CAMPAÑAS BTL

6- METODOLOGÍA

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Concretar con el cliente los objetivos de la campaña BTL.	El jefe de cuentas se reúne con cada cliente para concretar los objetivos de la campaña.	Jefe de cuentas	
2	Diseñar y cotizar la campaña solicitada por el cliente.	Con los objetivos del cliente se diseña la campaña que pueda cumplir con los mismos.	Jefe de cuentas	
3	Presentación del diseño de la campaña BTL al cliente.	El jefe de cuentas se reúne nuevamente con el cliente para presentarle la propuesta de Eventivo de la campaña BTL.	Jefe de cuentas	
4	¿El cliente aprueba la campaña presentada?	Si el cliente acepta la campaña propuesta pasamos al punto 5, caso contrario al paso 2 y diseñar otra campaña para el cliente.		
5	Ejecución de la campaña.	Se ejecuta la campaña BTL para el cliente.		

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-003 Versión: 001 Hoja: 5 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 18/01/2015	Fecha: 20/01/2015	Fecha: 20/01/2015

PROCEDIMIENTO DISEÑO DE CAMPAÑAS BTL

7- ANEXOS


Nombre	Código	Criterio De Almacenamiento	Responsable	Versión
Diseño y cotización de la campaña	VA-001-001	Servidor de la empresa	Jefe de cuentas	001

8- OBSERVACIONES

- 1) En caso de que el cliente no acepte la campaña diseñada por Eventivo, se deberá rediseñar otra campaña que cumpla con los requerimientos solicitados por el cliente.
- 2) Se deberá priorizar el costo y la calidad de la campaña para diseñar la misma.

9- INDICADORES

Nombre	Fórmula	Frecuencia
Campañas BTL aceptadas.	Cientes que aceptan la campaña/ Total de campañas diseñadas	En cada campaña BTL realizada a un cliente.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-004 Versión:001 Hoja: 1 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 18/01/2015	Fecha: 20/01/2015	Fecha: 20/01/2015

PROCEDIMIENTO DISEÑO DE VIDEOS CORPORATIVOS Y COMERCIALES PARA LOS CLIENTES

1.- OBJETIVO

Diseñar videos corporativos y comerciales con el fin de brindar un servicio extra en cada evento para los clientes.

2- ALCANCE

Aplica a Eventos y Campañas de Publicidad BTL


3- DEFINICIONES

Videos corporativos._ Videos dirigidos para la empresa que contrata un evento o servicio a Eventivo, en los cuales se indican todas las actividades realizadas durante los mismos y que generan un valor agregado al servicio.

Publicidad BTL._ Serie de técnicas y prácticas publicitarias que intentan crear nuevos canales de comunicación entre la marca y el consumidor.

BTL._ (Below the Line / debajo de la línea) hacen referencia a las prácticas no masivas de comunicación dirigidas a segmentos específicos del mercado.


Guión._ Idea organizada por el creativo de la empresa sobre cómo se deberá grabar y editar el video corporativo.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-004 Versión:001 Hoja: 2 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 18/01/2015	Fecha: 20/01/2015	Fecha: 20/01/2015

**PROCEDIMIENTO DISEÑO DE VIDEOS CORPORATIVOS Y COMERCIALES
PARA LOS CLIENTES**

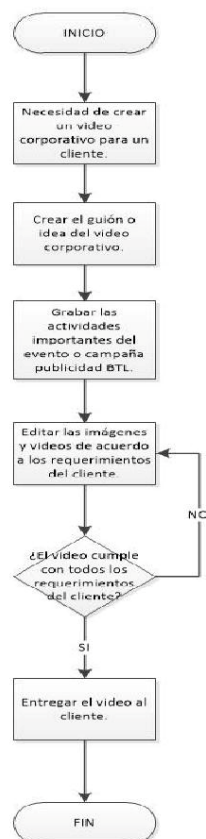
4- RESPONSABILIDADES


Cargo	Área	Responsabilidad
Ejecutivos audiovisuales	Audiovisual	Diseñar y editar videos corporativos y comerciales en donde se pueda observar cómo se realizó el evento.
Ejecutivo Audiovisual	Audiovisual	Encargado de grabar las actividades durante el evento y posterior a esto editar las mismas para poder crear el video.
Creativo	Audiovisual	Diseñar el guió o idea para cada video corporativo, aprovechando los espacios físicos y el tiempo más corto para un video de calidad y que contenga lo necesario.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-004 Versión:001 Hoja: 3 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 18/01/2015	Fecha: 20/01/2015	Fecha: 20/01/2015

**PROCEDIMIENTO DISEÑO DE VIDEOS CORPORATIVOS Y
COMERCIALES PARA LOS CLIENTES**

5- FLUJOGRAMA




	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-004 Versión:001 Hoja: 4 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 18/01/2015	Fecha: 20/01/2015	Fecha: 20/01/2015

**PROCEDIMIENTO DISEÑO DE VIDEOS CORPORATIVOS Y
COMERCIALES PARA LOS CLIENTES**

6- METODOLOGÍA

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Necesidad de crear un video corporativo para un cliente.	Necesidad del cliente de tener el evento o servicio de publicidad BTL grabado en un video corporativo.		
2	Crear el guión o idea del video corporativo.	El creativo propondrá varias ideas de cómo se realizará el video del servicio.	Creativo	
3	Grabar las actividades importantes del evento o campaña publicidad BTL.	El ejecutivo audiovisual deberá grabar todo lo necesario para poder cumplir con la idea del video corporativo.	Ejecutivo Audiovisual	
4	Editar las imágenes y videos de acuerdo a los requerimientos del cliente.	El ejecutivo audiovisual editará las imágenes y videos del evento o servicio y creará un video corporativo para el cliente	Ejecutivo Audiovisual	
5	¿El video cumple con todos los requerimientos del cliente?	Si el video cumple con los requerimientos del cliente, pasamos al punto 6, caso contrario al punto 4.		
6	Entregar el video al cliente.	Cuando el video esté finalizado, se procederá a enviar al cliente como parte del servicio general.	Ejecutivo Audiovisual	

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-004 Versión:001 Hoja: 5 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 18/01/2015	Fecha: 20/01/2015	Fecha: 20/01/2015

**PROCEDIMIENTO DISEÑO DE VIDEOS CORPORATIVOS Y
COMERCIALES PARA LOS CLIENTES**

7- ANEXOS


Nombre	Código	Criterio De Almacenamiento	Responsable	Versión
Video Corporativo	VA-001-001	Servidor de la empresa	Ejecutivo Audiovisual	001

8- OBSERVACIONES

- 1) El video no deberá durar más de 5 minutos y en el mismo se indicarán las partes más importantes de un evento realizado por la empresa hacia cualquier cliente que lo requiera.
- 2) Si el cliente solicita un video más extenso, se deberá realizar de acuerdo a lo solicitado.

9- INDICADORES

Nombre	Fórmula	Frecuencia
Total de videos corporativos solicitados	Cantidad de videos aceptados por el cliente/Total de videos ofrecidos.	Para cada cliente

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-005 Versión:001 Hoja: 1 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez		Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha:18/01/2015		Fecha: 20/01/2015

PROCEDIMIENTO DISEÑO DEL EVENTO

1.- OBJETIVO

Diseñar los eventos que realizará Eventivo con conceptos nuevos ajustándose al presupuesto de los clientes.

2- ALCANCE

Aplica a todos los eventos realizados por Eventivo.

3- DEFINICIONES


Evento._ Es una actividad social determinada, un festival, una fiesta, una ceremonia, una competición, una convención, entre otros.

Metas y objetivos del evento._ Propósito del cliente que contrata a Eventivo para realizar el evento.

Alcance del evento._ Todos los requerimientos solicitados por el cliente, como se conforma el evento y que actividades se van a realizar. Este puede variar de acuerdo al costo del mismo o el tiempo.

Presupuesto necesario._ Presupuesto con el que cuenta el cliente para realizar eventos corporativos.


Recursos necesarios._ Recursos materiales o humanos necesarios para cumplir con las actividades del evento.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-005 Versión:001 Hoja: 2 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha:18/01/2015	Fecha:20/01/2015	Fecha: 20/01/2015

PROCEDIMIENTO DISEÑO DEL EVENTO

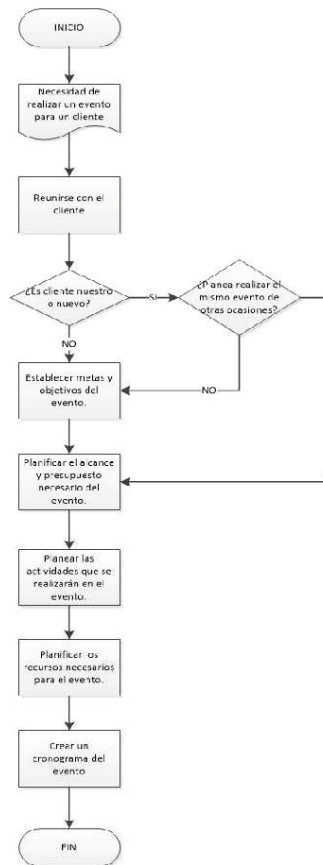
4- RESPONSABILIDADES


Cargo	Área	Responsabilidad
Creativo	Departamento Creativo	Diseñar eventos con conceptos nuevos, atractivos al cliente y que se ajuste a los presupuestos de los clientes.
Jefe de cuentas	Administrativo	Reunirse con el cliente y establecer las metas y objetivos del cliente para el evento
Jefe de cuentas	Administrativo	Planificar las actividades que se deberán cumplir en el evento.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-005 Versión:001 Hoja: 3 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez		Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha:18/01/2015		Fecha: 20/01/2015

PROCEDIMIENTO DISEÑO DEL EVENTO

5- FLUJOGRAMA




	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-005 Versión:001 Hoja: 4 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha:18/01/2015	Fecha:20/01/2015	Fecha: 20/01/2015

PROCEDIMIENTO DISEÑO DEL EVENTO


6- METODOLOGÍA

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Necesidad de realizar un evento para un cliente	Captar oportunidades de realizar eventos para clientes actuales o potenciales.	Administración	
2	Reunirse con el cliente	Definir una cita con el cliente que desea recibir los servicios de Eventivo para realizar un evento.	Jefe de cuentas	
3	¿Es cliente nuestro o nuevo?	Si el cliente ya ha trabajado con Eventivo pasar al punto 4, caso contrario al punto 5		
4	¿Planea realizar el mismo evento de otras ocasiones?	Si el cliente desea realizar el mismo evento que en otras ocasiones ya lo hizo con Eventivo pasamos al punto 6, caso contrario al punto 5.		
5	Establecer metas y objetivos del evento.	Junto con el cliente se establecen los objetivos y las metas del evento para de esta manera encaminar todas las actividades a realizarse.	Jefe de cuentas	
6	Planificar el alcance y presupuesto necesario del evento.	Se deberá planificar que alcance y la calidad del evento priorizando el presupuesto que tiene el cliente para realizar el mismo.	Jefe de cuentas	

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-005 Versión:001 Hoja: 5 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha:18/01/2015	Fecha:20/01/2015	Fecha: 20/01/2015

PROCEDIMIENTO DISEÑO DEL EVENTO

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
7	Planear las actividades que se realizarán en el evento.	Luego de haber establecido los objetivos y las metas del evento, se deberá idear todas las actividades a realizarse para poder cumplir conseguir los objetivos.	Ejecutivo de cuentas	
8	Planificar los recursos necesarios para el evento.	Luego de establecer las actividades se deberá planificar los recursos humanos y materiales necesarios para que todo el evento pueda ser realizado según lo planeado.	Jefe de cuentas	
9	Crear un cronograma del evento	Para finalizar se deberá crear un cronograma con fecha y hora para realizar el evento, tomando en cuenta los requerimientos del cliente.	Ejecutivo de cuentas	

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-005 Versión:001 Hoja: 6 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha:18/01/2015	Fecha:20/01/2015	Fecha: 20/01/2015

PROCEDIMIENTO DISEÑO DEL EVENTO

7- ANEXOS


Nombre	Código	Criterio De Almacenamiento	Responsable	Versión
Cronograma del evento	VA-005-001	Carpeta de cada cliente en el servidor de la empresa	Jefe de cuentas	001

8- OBSERVACIONES

- 1) Todo el evento en general se diseñará tomando en cuenta en, en todos los casos, los requerimientos y solicitudes especiales cada cliente.
- 2) Siempre se deberá priorizar el presupuesto que tiene cada cliente y conforme al mismo diseñar el mejor evento posible para satisfacer al cliente.

9- INDICADORES

Nombre	Fórmula	Frecuencia
Eventos realizados	Numero de evento realizados conforme lo planeado/Total de eventos realizados	Cada evento

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-006 Versión: 001 Hoja: 1 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez		Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 20/01/2015		Fecha: 23/01/2015

PROCEDIMIENTO EJECUTAR EL EVENTO

1- OBJETIVO

Realizar eventos corporativos de calidad y a un costo competitivo en el mercado.

2- ALCANCE

Aplica a todos los eventos realizados por Eventivo para sus clientes.

3- DEFINICIONES


Evento._ Es una actividad social determinada, un festival, una fiesta, una ceremonia, una competición, una convención, entre otros.

Metas y objetivos del evento._ Propósito del cliente que contrata a Eventivo para realizar el evento.

Alcance del evento._ Todos los requerimientos solicitados por el cliente, como se conforma el evento y que actividades se van a realizar. Este puede variar de acuerdo al costo del mismo o el tiempo.

Recursos necesarios._ Recursos materiales o humanos necesarios para cumplir con las actividades del evento.


Material._ Es un bien que se utilizará para prestar un servicio.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-006 Versión: 001 Hoja: 2 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 20/01/2015	Fecha: 23/01/2015	Fecha: 23/01/2015

PROCEDIMIENTO EJECUTAR EL EVENTO

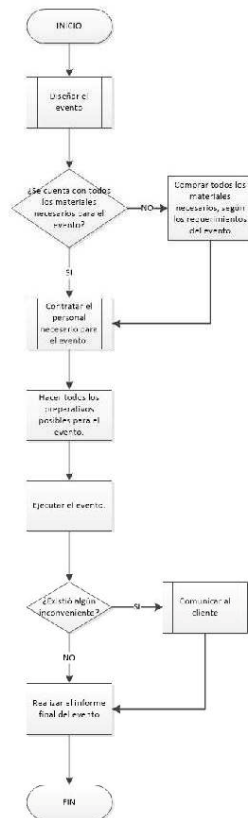
4- RESPONSABILIDADES


Cargo	Área	Responsabilidad
Jefe de cuentas	Administrativo	Negociar con los clientes todos los servicios que Eventivo puede prestar y de qué manera se va a realizar el Evento.
Ejecutivo de cuentas	Administrativo	Preparar las cotizaciones iniciales y finales con las que se aprobara la realización del evento.
Coordinación y producción	Eventos	Organizar toda la logística de cada evento realizado por Eventivo.
Supervisión	Eventos	Controlar todas las actividades que se lleven a cabo en todo el evento. Así como también revisar que el staff realice sus actividades.
Staff	Eventos	Realizar todas las actividades dictaminadas en cada evento.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-006 Versión: 001 Hoja: 3 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 20/01/2015	Fecha: 23/01/2015	Fecha: 23/01/2015

PROCEDIMIENTO EJECUTAR EL EVENTO

5-FLUJOGRAMA




	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-006 Versión: 001 Hoja: 4 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 20/01/2015	Fecha: 23/01/2015	Fecha: 23/01/2015

PROCEDIMIENTO EJECUTAR EL EVENTO


6- METODOLOGÍA

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Diseñar el evento	Proceso en el cual se diseña el evento de acuerdo a los requerimientos del cliente.	Administración	
2	¿Se cuenta con todos los materiales necesarios para el evento?	Si Eventivo cuenta con los materiales necesarios para el evento planificado, pasamos al punto 4 caso contrario al punto 3.		
3	Comprar todos los materiales necesarios, según los requerimientos del evento.	Teniendo en cuenta el diseño del proceso, se deberá adquirir los materiales planificados para poder realizar el evento.	Ejecutivo de cuentas	
4	Contratar el personal necesario para el evento.	De acuerdo a las necesidades que se tenga en el evento que se realizará Eventivo contratará al personal necesario para conformar el Staff.	Gerente General	
5	Hacer todos los preparativos posibles para el evento.	Con un tiempo de anticipación se deberá realizar todos los preparativos y arreglos para realizar el evento, siempre y cuando sea necesario	Jefe de cuentas y Ejecutivo de cuentas	

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-006 Versión: 001 Hoja: 5 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 20/01/2015	Fecha: 23/01/2015	Fecha: 23/01/2015

PROCEDIMIENTO EJECUTAR EL EVENTO

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
6	Ejecutar el evento.	El evento se realizará según lo planificado por Eventivo y el cliente.	Staff, supervisor y ejecutivo de cuentas	
7	¿Existió algún inconveniente?	En el caso de que haya existido algún inconveniente pasamos al punto 8, caso contrario al punto 9		
8	Comunicar al cliente	Mediante el proceso de comunicación con el cliente, se deberá notificar de cualquier inconveniente y novedad al mismo.	Jefe de cuentas	
9	Realizar el informe final del evento	Luego de haber concluido el evento, se realizará el informe final en donde se detalle todo lo acontecido.	Jefe de cuentas	

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-006 Versión: 001 Hoja: 6 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 20/01/2015	Fecha: 23/01/2015	Fecha: 23/01/2015

PROCEDIMIENTO EJECUTAR EL EVENTO

7- ANEXOS


Nombre	Código	Criterio De Almacenamiento	Responsable	Versión
Informe final del evento	VA-006-001	Carpeta de cada cliente en el servidor.	Jefe de cuentas	001

8- OBSERVACIONES

- 1) Los preparativos se realizarán con el fin de asegurar el cumplimiento del tiempo para realizar un evento y siempre y cuando no implique un incremento en los costos.
- 2) El personal que se necesite para cada evento, deberá ser contratado bajo la modalidad de contratación de servicios prestados ya que solo será para cumplir con el evento.

9- INDICADORES

Nombre	Fórmula	Frecuencia
Eventos ejecutados a tiempo	Eventos cumplidos con lo planificado/total de eventos realizados	Cada evento.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-007 Versión: 001 Hoja: 1 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 21/01/2015	Fecha: 24/01/2015	Fecha: 24/01/2015

PROCEDIMIENTO COMPRA DE MATERIALES A LOS PROVEEDORES

1- OBJETIVO

Garantizar la calidad de los materiales adquiridos por Eventivo.

2- ALCANCE

Todos los materiales necesarios para realizar publicidad BTL.


3- DEFINICIONES

Material. _ Es un bien que se utilizará para prestar un servicio.

Cotización. _ Valor que se deberá cancelar a un proveedor para contratar su servicio, que es enviado con anticipación a su contratación.

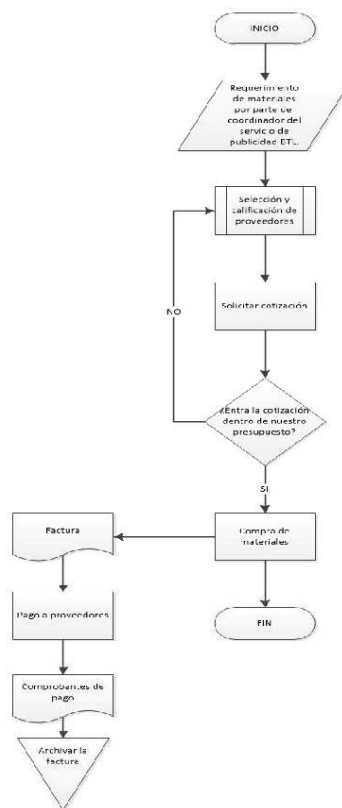
4- RESPONSABILIDADES


Cargo	Área	Responsabilidad
Coordinación y producción	Publicidad BTL	Contactar y coordinar a todos los proveedores de los materiales.
Ejecutivo de cuentas	Administrativa	Calificación de proveedores
Contador	Administrativa	Pago a proveedores.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-007 Versión: 001 Hoja: 2 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 21/01/2015	Fecha: 24/01/2015	Fecha: 24/01/2015

PROCEDIMIENTO COMPRA DE MATERIALES A LOS PROVEEDORES

5- FLUJOGRAMA




	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-007 Versión: 001 Hoja: 3 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 21/01/2015	Fecha: 24/01/2015	Fecha: 24/01/2015

PROCEDIMIENTO COMPRA DE MATERIALES A LOS PROVEEDORES


6- METODOLOGÍA

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Requerimiento de materiales por parte del coordinador del servicio de publicidad BTL.	El coordinador del servicio de publicidad BTL enviará el requerimiento de materiales que serán utilizados. La solicitud será de acuerdo a cada uno de los servicios específicos contratados por cada cliente.	Coordinador de los servicios de publicidad BTL.	
2	Selección y calificación de proveedores.	Mediante el proceso de selección y calificación de proveedores se seleccionará los datos de la base de datos de proveedores aceptados por Eventivo en el proceso.	Ejecutivo de cuentas	
3	Solicitar cotización	Luego de haber realizado la selección del proveedor necesario para poder realizar el pedido de los materiales, se solicitará al mismo una cotización de los materiales necesarios, priorizando: 1) Precio del producto 2) Tiempos de entrega.	Ejecutivo de cuentas	

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-007 Versión: 001 Hoja: 4 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 21/01/2015	Fecha: 24/01/2015	Fecha: 24/01/2015

PROCEDIMIENTO COMPRA DE MATERIALES A LOS PROVEEDORES

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
		3) Calidad del material.		
4	¿Entra la cotización dentro del presupuesto de Eventivo?	Si Eventivo puede pagar los materiales del proveedor aceptado pasamos al punto 5, caso contrario al punto 2.	Ejecutivo de cuentas	
5	Compra de materiales	Luego de haber aceptado la cotización del proveedor, se deberá realizar la compra de los materiales necesarios.	Ejecutivo de cuentas	
6	Pago de proveedores	Se procede a pagar por los materiales obtenidos.	Contador	
7	Archivo de factura	Las facturas entregadas por el proveedor deberán ser archivadas ordenadamente.	Contador	

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-VA-007 Versión: 001 Hoja: 5 de 5
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 21/01/2015	Fecha: 24/01/2015	Fecha: 24/01/2015

PROCEDIMIENTO COMPRA DE MATERIALES A LOS PROVEEDORES

7- ANEXOS


Nombre	Código	Criterio de almacenamiento	Responsable	Versión
Requerimiento de materiales	VA-007-001	Archivo Servidor	Jefe de cuentas	001
Cuadro Cotización del proveedor realizado por Eventivo.	VA-007-002	Archivo Servidor	Jefe de cuentas	001

8- OBSERVACIONES

1) Para la selección de proveedores se deberá escoger entre los proveedores aceptados guardados en la base de datos que provee el proceso de calificación de proveedores.

9- INDICADORES

Nombre	Fórmula	Frecuencia
Días de pagar proveedores	Cuentas por pagar proveedores / compras * 360	Mensual

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-SER-001 Versión: 001 Hoja: 1 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 21/01/2015	Fecha: 23/01/2015	Fecha: 23/01/2015

PROCEDIMIENTO CANALES DE COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE DURANTE EL EVENTO

1.- OBJETIVO

Comunicar al cliente cualquier situación que afecte en la realización de su evento.

2- ALCANCE

Aplica a todos los eventos y servicios prestados por Eventivo.


3- DEFINICIONES

Canales de comunicación._ Medio por el cual se transmite la señal con la información de intercambio entre el emisor y el receptor.

Tipos de canales de comunicación._ Existen varias formas de comunicarse tanto con el personal de una empresa como con sus clientes, entre ellas están:

- Reuniones (formales e informales)
- Internet
- Celular y teléfono convencional
- Chat


Equipo Eventivo._El equipo Eventivo está conformado por: El staff contratado para el evento, un supervisor el jefe y ejecutivo de cuentas de cada cliente.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-SER-001 Versión: 001 Hoja: 2 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 21/01/2015	Fecha: 23/01/2015	Fecha: 23/01/2015

**PROCEDIMIENTO CANALES DE COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE
DURANTE EL EVENTO**

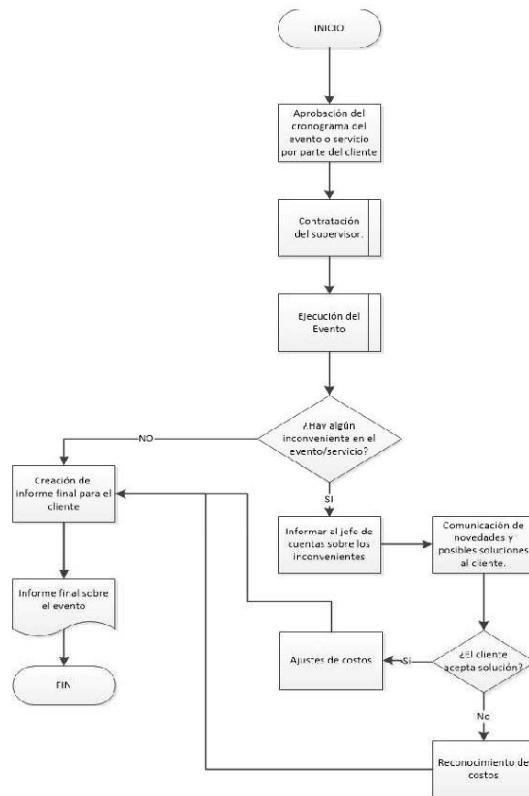
4- RESPONSABILIDADES


Cargo	Área	Responsabilidad
Jefe de cuentas	Administrativa	Comunicar el avance de la organización del evento.
Supervisor	Eventos	Supervisar al personal y los proveedores de servicios en el caso de que existan e informar al jefe de cuentas sobre cualquier novedad que se suscite en el momento del evento.
Staff	Eventos	Personal contratado en cada evento, encargado de realizar todas las actividades solicitadas por el supervisor y jefe de cuentas.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-SER-001 Versión: 001 Hoja: 3 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 21/01/2015	Fecha: 23/01/2015	Fecha: 23/01/2015

**PROCEDIMIENTO CANALES DE COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE
DURANTE EL EVENTO**

5- FLUJOGRAMA




	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-SER-001 Versión: 001 Hoja: 4 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 21/01/2015	Fecha: 23/01/2015	Fecha: 23/01/2015

**PROCEDIMIENTO CANALES DE COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE
DURANTE EL EVENTO**

6- METODOLOGÍA

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Control
1	Aprobación del cronograma del evento o servicio por parte del cliente.	El cliente aprobará el cronograma preliminar del evento o servicio realizado por Eventivo.		
2	Contratación del supervisor	Mediante otro sub proceso, el de contratación de personal, se deberá nombrar a un supervisor de los colaboradores de la compañía o externo.	Gerencia	
3	Ejecución del evento	El evento se realizará según lo planificado en el cronograma	Equipo Eventivo	
4	¿Hay algún inconveniente en el evento o servicios?	Si existe algún inconveniente en el evento o servicio, pasamos al punto 5, caso contrario al punto 10.		
5	Informar al jefe de cuentas de encargado.	El supervisor deberá informar al jefe de cuentas sobre cualquier inconveniente para poder tomar acciones correctivas.	Supervisor	
6	Comunicación de novedades y posibles soluciones al cliente	El jefe de cuentas comunicará al cliente sobre los inconvenientes	Jefe de cuentas	


	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-SER-001 Versión: 001 Hoja: 5 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 21/01/2015	Fecha: 23/01/2015	Fecha: 23/01/2015

**PROCEDIMIENTO CANALES DE COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE
DURANTE EL EVENTO**

		presentados en el evento o servicio.		
7	¿El cliente acepta solución?	Si el cliente acepta pasamos al punto 9, caso contrario al punto 8.		
8	Reconocimiento de costos	Eventivo reconocerá los costos que se generan por el inconveniente, más no el cliente.	Gerente General	
9	Ajuste de costos	Se deberá ajustar los costos del evento o servicio.	Jefe de cuentas	
10	Creación del informe final	Crear el informe final para enviar al cliente.	Jefe de cuentas	

7- ANEXOS

Nombre	Código	Criterio de almacenamiento	Responsable	Versión
Informe final del evento o servicio	SER-001-001	En el servidor de la compañía, carpeta administrador	Jefe de cuentas	001

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-SER-001 Versión: 001 Hoja: 6 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha: 21/01/2015	Fecha: 23/01/2015	Fecha: 23/01/2015


**PROCEDIMIENTO CANALES DE COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE
DURANTE EL EVENTO**

8- OBSERVACIONES

- 1) Al cliente se le debe comunicar sobre todo lo que pase en el evento o servicio, avances, inconvenientes y posibles cambios en lo planeado.
- 2) En los informes se especificará todos los acontecimientos sucedidos en el servicio.

9- INDICADORES

Nombre	Fórmula	Frecuencia
Errores en eventos	Costos adicionales no cubiertos / total de ventas	Mensual

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-SER-002 Versión:001 Hoja: 1 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha:01/12/2014	Fecha: 04/12/2014	Fecha: 04/12/2014

PROCEDIMIENTO ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

1.- OBJETIVO

Conocer la percepción del cliente acerca del servicio que ha recibido.

2- ALCANCE

Aplica a todos los eventos y servicios prestados por Eventivo.


3- DEFINICIONES

Encuesta de satisfacción._ es un estudio empírico basado en la observación para determinar el grado de satisfacción del encuestado.

Acciones Correctivas._ Es una actuación o efecto implementado a eliminar las causas de una no conformidad, defecto, o situación indeseable detectada con el fin de evitar su repetición.

Inconformidad._ Que no está conforme con una situación o decisión.


Mejora Continua._ Según la ISO 9000:2006 es un “Actividad recurrente para aumentar la capacidad para cumplir los requisitos”.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-SER-002 Versión:001 Hoja: 2 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha:01/12/2014	Fecha: 04/12/2014	Fecha: 04/12/2014

PROCEDIMIENTO ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

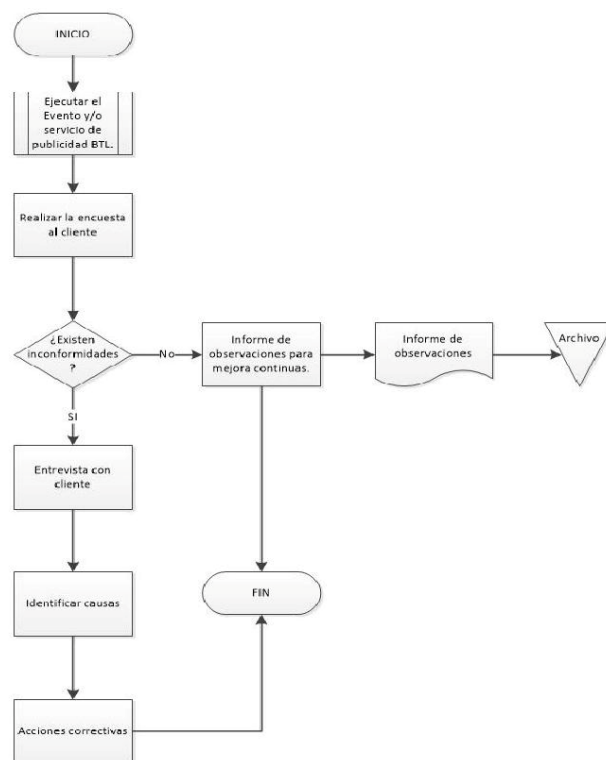
4- RESPONSABILIDADES


Cargo	Área	Responsabilidad
Ejecutivo de cuentas	Administrativa	Dar seguimiento a los clientes luego de haber prestado el servicio y enviar la encuesta.
Jefe de cuentas	Administrativa	Analizar todas las encuestas recibidas por parte de los clientes, y con esto dar propuestas de mejoras para todos los eventos y servicios prestados por Eventivo.

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-SER-002 Versión:001 Hoja: 3 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha:01/12/2014	Fecha: 04/12/2014	Fecha: 04/12/2014

PROCEDIMIENTO ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

5- FLUJOGRAMA




	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-SER-002 Versión:001 Hoja: 4 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha:01/12/2014	Fecha: 04/12/2014	Fecha: 04/12/2014

PROCEDIMIENTO ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

6- METODOLOGÍA

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Mecanismos de control
1	Ejecutar el evento y/o diseño de Publicidad BTL.	Cualquier servicio brindado por Eventivo a sus clientes.	Equipo Eventivo	
2	Realizar la encuesta al cliente.	En cuanto termine cualquier evento o servicio por Eventivo, el ejecutivo de cuentas realizará la encuesta de satisfacción al cliente.	Ejecutivo de cuentas	
3	¿Existen inconformidades?	En el caso de que si existan inconformidades pasamos al punto 4, caso contrario al punto 7.		
4	Entrevista con el cliente.	Se deberá mantener una entrevista con el cliente que no estuvo conforme con el servicio brindado por Eventivo.	Jefe de cuentas	
5	Identificar causas	Luego de haber tenido una entrevista con el cliente no conforme, se deberán identificar las causas para que el cliente no haya quedado satisfecho.		
6	Acciones correctivas	Con las causas identificadas, se deberán tomar acciones correctivas y realizar mejoras en el servicio.	Jefe de cuentas/Gerencia	


	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-SER-002 Versión:001 Hoja: 5 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha:01/12/2014	Fecha: 04/12/2014	Fecha: 04/12/2014

PROCEDIMIENTO ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Ítem	Actividad	Descripción	Responsable	Mecanismos de control
7	Informe de observaciones para mejoras continuas.	De acuerdo a los resultados obtenidos con cada cliente, se deberá realizar un informe sobre las observaciones mediante las cuales se tomarán decisiones en cuanto a la mejora continua.	Jefe de cuentas/gerencia	

7- ANEXOS

Nombre	Código	Criterio de almacenamiento	Responsable	Versión
Base de datos clientes	SER-002-001	Servidor compañía base de datos clientes	Ejecutivo de cuentas	001
Informe de Observaciones	SER-002-002	Archivo clientes	Jefe de cuentas	001

	Manual de Procesos Eventivo S.A.	Código: EVO-SER-002 Versión:001 Hoja: 6 de 6
Elaborado Por: Jonathan Ordóñez	Revisado Por: Esteban Ordóñez	Aprobado Por: Esteban Ordóñez
Fecha:01/12/2014	Fecha: 04/12/2014	Fecha: 04/12/2014

PROCEDIMIENTO ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

8- OBSERVACIONES

- 1) En la base de datos constan todos los clientes que han realizado algún servicio con Eventivo, y deberá ser actualizada cada que el cliente realice un servicio y llene una encuesta de satisfacción.
- 2) La encuesta deberá contener solo preguntas mediante las cuales la empresa pueda conocer la percepción que el cliente tiene del servicio prestado.
- 3) En caso de que el cliente no llenará la encuesta, no se deberá presionar ya que es una forma de conocer los errores que Eventivo cometió durante la realización de un evento, pero no es necesario que todos contesten.

9- INDICADORES

Nombre	Fórmula	Frecuencia
Satisfacción del cliente	Total calificaciones de clientes/ total de calificaciones posibles.	En cada servicio realizado a un cliente.